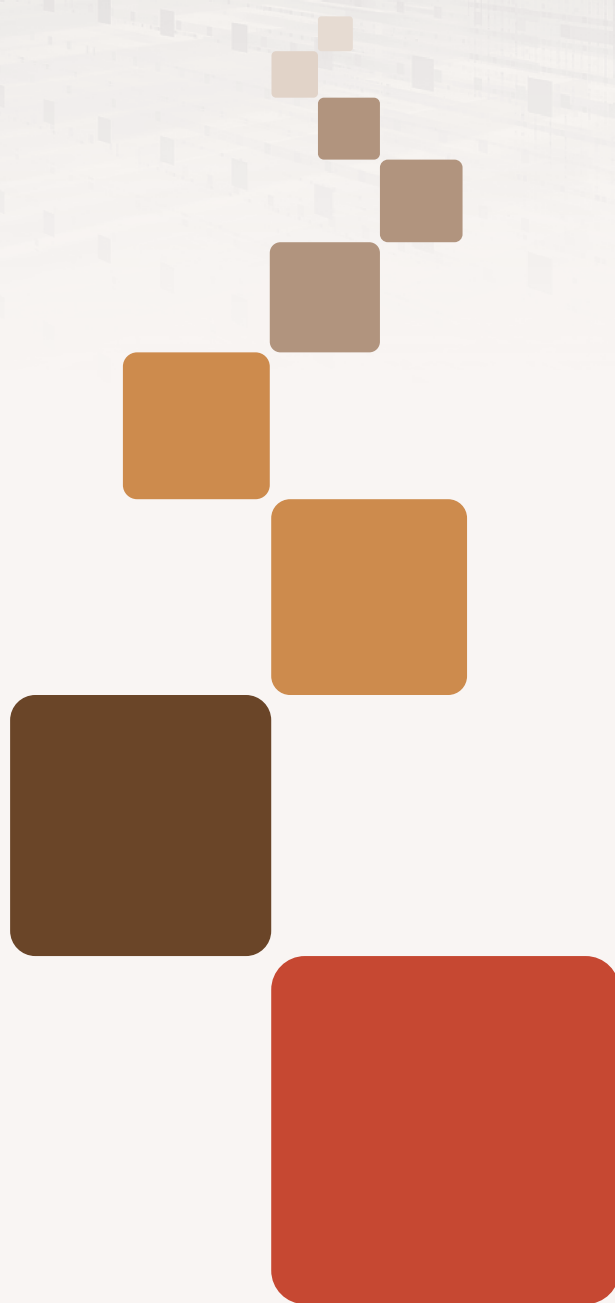


ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

2012-2014



ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ
ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ
NATIONAL
DOCUMENTATION
CENTRE

ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ 2012-2014

Η παραγωγή των στατιστικών Καινοτομίας στις επιχειρήσεις πραγματοποιείται από το Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης με τη συνεργασία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής.

Διεύθυνση έρευνας

Δρ Εύη Σαχίνη, Διευθύντρια ΕΚΤ

Δρ Νένα Μάλλιου, Προϊσταμένη Τμήματος Καταγραφής, Μέτρησης και Υπηρεσιών Ερευνητικής & Καινοτομικής Δραστηριότητας, ΕΚΤ

Συντελεστές

Για τη διεξαγωγή της στατιστικής έρευνας, την επεξεργασία των στοιχείων και την παραγωγή των δεικτών από τη Μονάδα Μητρώων, Δεικτών και Υπηρεσιών Έρευνας & Καινοτομίας του ΕΚΤ εργάστηκαν οι:

Μαρία Κλειδέρη – υπεύθυνη στατιστικών καινοτομίας

Ειρήνη Τόιτου – συλλογή στοιχείων & συντονισμός δικτύου συνεργατών, παραγωγή δεικτών

Μαρία Κωνσταντίνου – συλλογή στοιχείων & συντονισμός δικτύου συνεργατών, θεματική χαρτογράφηση δεικτών

Δρ Ανδριάνα Δημακοπούλου – συλλογή στοιχείων & συντονισμός δικτύου συνεργατών

Διοικητικές διαδικασίες: Μάρω Ανδρουτσπούλου, Υπεύθυνη Γραφείου Συντονισμού & Στρατηγικής Ανάπτυξης

Παρουσίαση αποτελεσμάτων έκδοσης: Μαρία Κλειδέρη, Δρ Νίκος Καραμπέκιος, Δρ Χαράλαμπος Χρυσομαλλίδης

Προτεινόμενος τρόπος αναφοράς

ΕΚΤ (2017) «Καινοτομία στις ελληνικές επιχειρήσεις 2012-2014», Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης

ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ | ΕΙΕ

Copyright © 2017 Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης / Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών

δ: Βασιλέως Κωνσταντίνου 48, 11635 Αθήνα

τ: 210 7273900 • f: 210 7246824

e: ekt@ekt.gr • www.ekt.gr



Το έργο αυτό διατίθεται με άδεια Creative Commons

Αναφορά Δημιουργού - Μη Εμπορική Χρήση - Όχι Παράγωγα Έργα 4.0 Διεθνές

Προκειμένου να δείτε αντίγραφο της άδειας επισκεφθείτε:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.el>

Η έκδοση διατίθεται online στη διεύθυνση <http://metrics.ekt.gr>

ISBN 978-618-5079-82-6 (print)

ISBN 978-618-5079-83-3 (pdf)

Σχεδιασμός έκδοσης & εικαστική επιμέλεια: C City Publish

ΠΡΟΛΟΓΟΣ



Η έκδοσή μας αυτή παρουσιάζει τα αποτελέσματα της έρευνας για την καινοτομία στις ελληνικές επιχειρήσεις την περίοδο 2012–2014. Η συγκεκριμένη πανελλαδική έρευνα διενεργήθηκε από το ΕΚΤ, με τη συνεργασία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής ως μέρος της επίσημης έρευνας για την καινοτομία στις επιχειρήσεις (Community Innovation Survey) που διεξήχθη σε όλες τις χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την χρονική περίοδο 2012-2014. Είναι δε η δεύτερη έρευνα καινοτομίας που διεξάγει το ΕΚΤ, με την πρώτη να αφορά την περίοδο 2010-2012. Η έρευνα αποτελεί πλέον βασικό εργαλείο για την ανάδειξη και την κατανόηση της καινοτομικής δραστηριότητας στη χώρα μας, παρέχοντας στοιχεία για σχεδόν 14.000 επιχειρήσεις που απασχολούν 10 ή περισσότερους εργαζομένους στους κλάδους της Βιομηχανίας και στις Υπηρεσίες.

Τα στοιχεία που παρουσιάζονται ακολουθούν τις καθιερωμένες ευρωπαϊκές και διεθνείς κατηγοριοποιήσεις. Αφορούν μία σειρά από πτυχές της καινοτομικής δράσης, όπως οι τύποι καινοτομίας, οι καινοτομικές δραστηριότητες των επιχειρήσεων, η εισαγωγή νέων προϊόντων στην επιχείρηση και στην αγορά, εθνική και διεθνή, η περιβαλλοντική καινοτομία, ο ρόλος του δημόσιου τομέα και των κρατικών προμηθειών στην ενίσχυση της καινοτομίας, οι συνεργασίες που συνάπτουν οι καινοτόμες επιχειρήσεις με τους φορείς έρευνας, οι στρατηγικές και τα εμπόδια που συναντούν, αλλά και οι λόγοι για τους οποίους οι επιχειρήσεις δεν καινοτομούν. Ο ενιαίος τρόπος καταγραφής και διερεύνησης των θεμάτων αυτών από όλες τις ευρωπαϊκές χώρες, διασφαλίζει τη δυνατότητα διακρατικών συγκρίσεων.

Επιπλέον, θα πρέπει να σημειωθεί ότι στην παρούσα έκδοση παρουσιάζονται στοιχεία που διερευνήθηκαν με πρωτοβουλία μας και αφορούσαν α) τη συμμετοχή των ελληνικών καινοτόμων επιχειρήσεων στις παγκόσμιες αλυσίδες αξίας, και β) τις συνεργασίες που έχουν συναφθεί από τις ελληνικές καινοτόμες επιχειρήσεις με ΑΕΙ και ερευνητικά κέντρα για την εμπορική αξιοποίηση των ερευνητικών τους αποτελεσμάτων. Στην πρώτη περίπτωση, η διερεύνηση της συμμετοχής και της θέσης των ελληνικών επιχειρήσεων σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας, αποτελεί μέτρο των δυνατοτήτων τους στο διεθνή ανταγωνισμό. Αντίστοιχα, η διερεύνηση των συνεργασιών που έχουν συναφθεί μεταξύ του καινοτόμου ιδιωτικού τομέα και των φορέων ανώτατης εκπαίδευσης και έρευνας αποτελεί ένα μέτρο των ροών γνώσης, τεχνολογίας και τεχνογνωσίας που δημιουργούνται μεταξύ τους.

Ως προς τις επιδόσεις της Ελλάδας, η χώρα μας εξακολουθεί να καινοτομεί, παρά τις δυσκολίες, και κατατάσσεται στη 12η θέση μεταξύ των 28 χωρών της ΕΕ όσον αφορά το ποσοστό των καινοτόμων επιχειρήσεων. Συνολικά, επενδύονται 1,6 δισ. ευρώ σε καινοτομικές δραστηριότητες, ενώ ένα σημαντικό μέρος των ελληνικών επιχειρήσεων συνεργάζεται με άλλους φορείς για την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων/διαδικασιών. Τα μεγάλα αστικά κέντρα αποτελούν κεντρικούς πόλους άσκησης της καινοτομικής δραστηριότητας, ενώ καταγράφονται σημαντικές επιδό-

σεις από περιφέρειες όπως της Κρήτης και της Δυτικής Ελλάδας, οι οποίες εμφανίζονται ιδιαίτερα δυναμικές στον καινοτομικό χάρτη της χώρας.

Η καινοτομία αποτελεί κεντρικό ζήτημα που προσελκύει διεθνώς το ενδιαφέρον των φορέων άσκησης πολιτικής, των επιχειρήσεων, των ερευνητικών και ακαδημαϊκών φορέων, αλλά και υπερεθνικών οντοτήτων. Ενδεικτικά, η ΕΕ δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην προώθηση της καινοτομίας, π.χ. στο πλαίσιο της αναπτυξιακής της Στρατηγικής «Ευρώπη 2020», ενώ χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της πολιτικής κατεύθυνσης αποτελεί η έξυπνη εξειδίκευση. Στη χώρα μας, η υποστήριξη και η προώθηση των δράσεων έντασης γνώσης έχουν περιληφθεί στον σχεδιασμό του ΕΣΠΑ ως κατεξοχήν αναπτυξιακές δραστηριότητες. Σε αυτό το πλαίσιο εντοπίζονται και τίθενται σε προτεραιότητα τα τοπικά χαρακτηριστικά και συγκριτικά πλεονεκτήματα σε περιφερειακό επίπεδο, προκειμένου στη βάση αυτών να διευκολυνθεί η παραγωγή καινοτομιών. Το ΕΚΤ, στο πλαίσιο του θεσμικού του ρόλου, με την παρούσα έκδοση συνεχίζει να τροφοδοτεί τον δημόσιο διάλογο με στοιχεία που θα επιτρέψουν την εμπειριστατωμένη παραγωγή πολιτικής.

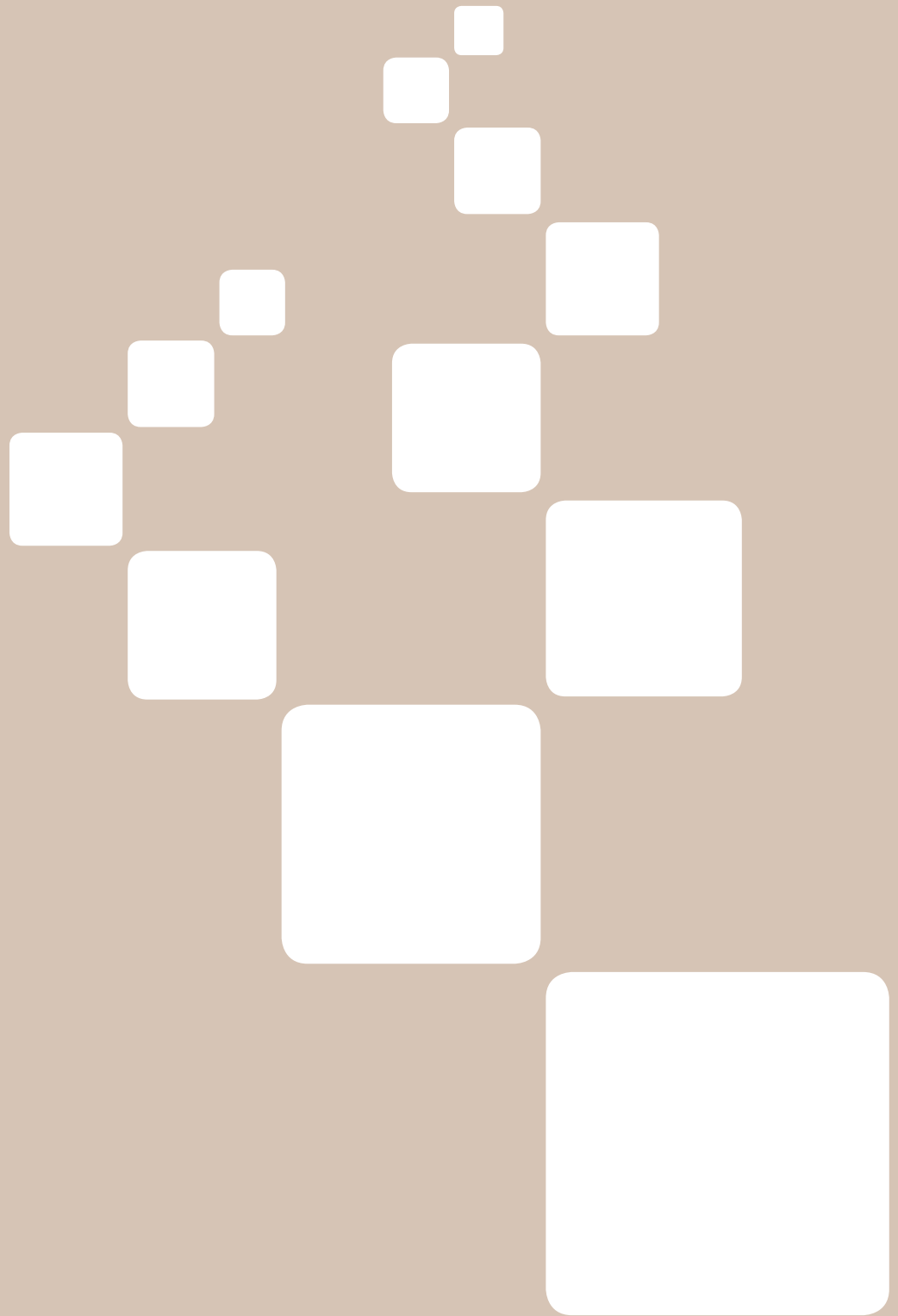
Δρ. Εύη Σαχίνη



Διευθύντρια ΕΚΤ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Ενότητα 1: Δείκτες καινοτομίας	9
1.1 Καινοτόμες επιχειρήσεις	10
1.2 Χαρακτηριστικά καινοτόμων επιχειρήσεων	11
1.3 Καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας	14
1.3.1 Καινοτομία προϊόντος	16
1.3.2 Καινοτομία διαδικασίας	18
1.3.3 Εισαγωγή καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας	20
1.4. Οργανωσιακή καινοτομία ή/και καινοτομία μάρκετινγκ	21
1.4.1 Οργανωσιακή καινοτομία	23
1.4.2 Καινοτομία μάρκετινγκ	25
Ενότητα 2: Δραστηριότητες και παράγοντες για την εισαγωγή καινοτομίας προϊόντος ή/και διαδικασίας	29
2.1 Δαπάνες για καινοτομικές δραστηριότητες	29
2.2 Συνεργασίες για καινοτομικές δραστηριότητες	31
2.2.1 Φορείς συνεργασίας	31
2.2.2 Συνεργασίες με Πανεπιστήμια, ΤΕΙ και Ερευνητικά Κέντρα	33
2.3 Δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας και αδειοδότηση	34
2.4 Ο ρόλος του δημοσίου τομέα	37
2.4.1 Συμβάσεις δημοσίου τομέα και καινοτομία	38
2.4.2 Δημόσια οικονομική υποστήριξη για καινοτομικές δραστηριότητες	38
Ενότητα 3: Περιβαλλοντική καινοτομία	41
3.1 Καινοτομίες με περιβαλλοντικά οφέλη	41
3.2 Παράγοντες που ωθούν στην εισαγωγή καινοτομιών με περιβαλλοντικά οφέλη	43
Ενότητα 4: Ανάπτυξη καινοτομίας	45
4.1 Στρατηγικές καινοτόμων επιχειρήσεων	45
4.2 Εμπόδια καινοτόμων επιχειρήσεων	45
4.3 Μη καινοτόμες επιχειρήσεις	46
Ενότητα 5: Η συμμετοχή των ελληνικών επιχειρήσεων στις παγκόσμιες αλυσίδες αξίας	49
5.1 Συμμετοχή επιχειρήσεων στις παγκόσμιες αλυσίδες αξίας	49
5.2 Στάδια παραγωγής που υλοποιήθηκαν σε άλλη χώρα από τρίτο φορέα	51
Ενότητα 6: Μεθοδολογικές σημειώσεις	53



η Ελλάδα στη
12^η θέση στην ΕΕ28
σε ποσοστό
καινοτόμων
επιχειρήσεων

Επενδύσεις
1,6 δισ. Ευρώ
σε καινοτομικές
δραστηριότητες

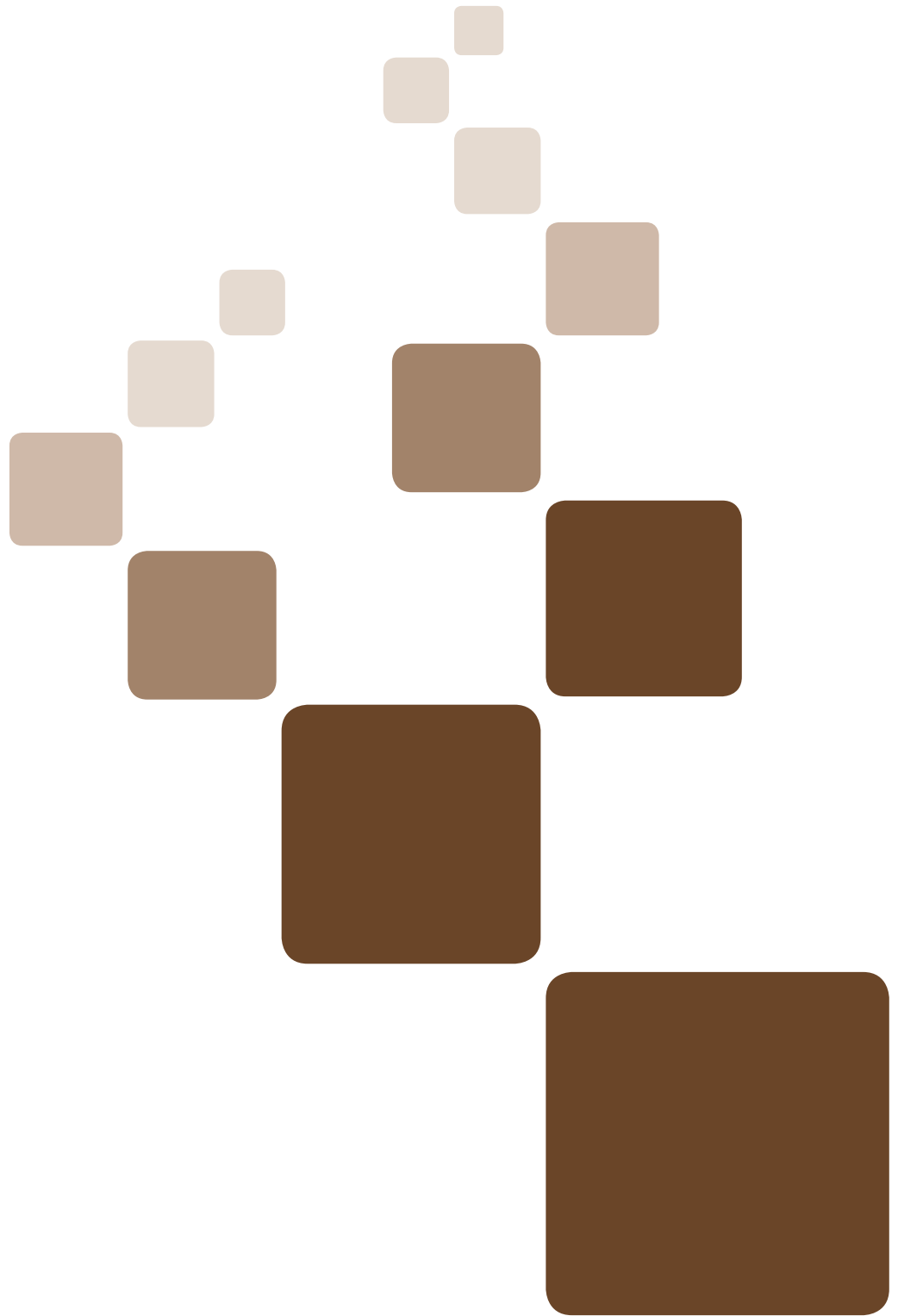
23,4%
Καινοτομία Προϊόντος
29,6%
Καινοτομία Διαδικασίας
25,5%
Καινοτομία Οργάνωσης
32,5%
Καινοτομία Μάρκετινγκ

51,0%
καινοτόμες επιχειρήσεις
38,7%
καινοτομία σε
προϊόν/διαδικασία
40,7%
καινοτομία σε
οργάνωση/μάρκετινγκ

Περιφέρεια Κρήτης
η πιο καινοτόμος (58,4%)
Ακολουθούν:
Περιφέρεια Δυτικής
Ελλάδας (53,7%) &
Περιφέρεια Κεντρικής
Μακεδονίας (52,2%)

Καινοτομίες προϊόντος
64,0%
Νέα προϊόντα στην
αγορά
78,5%
Νέα για την
επιχείρηση

40% των
επιχειρήσεων
συνεργάζονται με
άλλους φορείς για
ανάπτυξη καινοτόμων
προϊόντων/διαδικασιών



Ενότητα 1

Δείκτες καινοτομίας

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται οι βασικοί δείκτες καινοτομίας των ελληνικών επιχειρήσεων για την περίοδο 2012-2014, όπως καταγράφηκαν από την «Έρευνα για την Καινοτομία» που υλοποίησε το Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης.

Η «Έρευνα για την Καινοτομία – Community Innovation Survey» αποτελεί την επίσημη πανευρωπαϊκή έρευνα για τη συλλογή στοιχείων και την παραγωγή δεικτών για την καινοτομία και τις καινοτομικές δραστηριότητες των επιχειρήσεων στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ).

Διεξάγεται κάθε δύο χρόνια σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ μέσω ενιαίου πρότυπου ερωτηματολογίου, σύμφωνα με την ευρωπαϊκή νομοθεσία, τις μεθοδολογικές οδηγίες του εγχειριδίου Όσλο¹ και τις κατευθύνσεις της Eurostat, εξασφαλίζοντας υψηλή ποιότητα και συγκρισιμότητα στους δείκτες των χωρών της ΕΕ.

Ο πληθυσμός στόχος της έρευνας είναι ο συνολικός πληθυσμός των επιχειρήσεων με 10 εργαζόμενους και άνω, στους κύριους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, όπως αυτοί παρουσιάζονται παρακάτω.

Στην Ελλάδα, σύμφωνα με το στατιστικό μητρώο επιχειρήσεων, το οποίο τηρεί η Ελληνική Στατιστική Αρχή, ο πληθυσμός της έρευνας, που διεξήχθη με αναφορά στην τριετία 2012-2014, αποτελείται από 13.843 επιχειρήσεις. Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται η διάρθρωση του πληθυσμού όσον αφορά την κατανομή των επιχειρήσεων στις τρεις τάξεις μεγέθους των επιχειρήσεων, βάσει του αριθμού εργαζομένων σε αυτές, και στους πρωτεύοντες κλάδους οικονομικής δραστηριότητας.

	Πληθυσμός επιχειρήσεων έρευνας 2012-2014
Σύνολο χώρας	13.843
Τάξη μεγέθους επιχείρησης (βάσει αριθμού εργαζομένων)	
10 έως 49 εργαζόμενοι	11.842
50 έως 249 εργαζόμενοι	1.787
250 και πλέον εργαζόμενοι	214
Κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας (βάσει ταξινόμησης NACE rev2)	
Τομέας Βιομηχανίας:	6.352
B (05-09): Ορυχεία και λατομεία	117
Γ (10-33): Μεταποίηση	5.971
Δ (35): Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου, ατμού και κλιματισμού	64
Ε (36-39): Παροχή νερού - επεξεργασία λυμάτων, διαχείριση αποβλήτων και δραστηριότητες εξυγίανσης	200
Τομέας Υπηρεσιών:	7.491
Z (46): Χονδρικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών	4.482
Η (49-53): Μεταφορά και αποθήκευση	1.416
Ι (58-63): Ενημέρωση και επικοινωνία	771
ΙΑ (64-66): Χρηματοπιστωτικές και ασφαλιστικές δραστηριότητες	157
ΙΓ (71-73): Επαγγελματικές, επιστημονικές και τεχνικές δραστηριότητες (Αρχιτεκτονικές δραστηριότητες και δραστηριότητες μηχανικών-τεχνικές δοκιμές και αναλύσεις / Επιστημονική έρευνα και ανάπτυξη / Διαφήμιση και έρευνα αγοράς)	665

Στη συνέχεια της ενότητας παρουσιάζονται οι συνολικοί δείκτες καινοτομίας στις ελληνικές επιχειρήσεις, αποτυπώνονται τα βασικά χαρακτηριστικά των καινοτόμων επιχειρήσεων και αναλύονται οι τέσσερις διαφορετικοί τύποι καινοτομίας. Επίσης, σε ειδικούς χάρτες, αποτυπώνεται η περιφερειακή διάσταση της καινοτομίας, ενώ με συγκριτικά διαγράμματα παρουσιάζεται η θέση της Ελλάδας σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες της ΕΕ.

¹ Oslo Manual "Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data", 3rd ed., 2005, Joint Publication of OECD and Eurostat (http://metrics.ekt.gr/sites/emetrics/files/Manuals/OSLO-EN_2005.pdf)

1.1 Καινοτόμες επιχειρήσεις

Την περίοδο 2012-2014, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, το 51,0% των ελληνικών επιχειρήσεων που εμπίπτουν στον πληθυσμό της έρευνας, καινοτομούν σε έναν ή περισσότερους τύπους καινοτομίας.

Συγκριτικά με την περίοδο 2010-2012, καταγράφεται μία μικρή μείωση στο ποσοστό των καινοτόμων επιχειρήσεων, όπως φαίνεται και στο Διάγραμμα 1.

Καινοτομία είναι η παραγωγή ενός νέου ή σημαντικά βελτιωμένου προϊόντος (αγαθού ή υπηρεσίας) ή η εφαρμογή μίας νέας ή σημαντικά βελτιωμένης διαδικασίας, οργανωσιακής μεθόδου ή μεθόδου μάρκετινγκ από μία επιχείρηση.

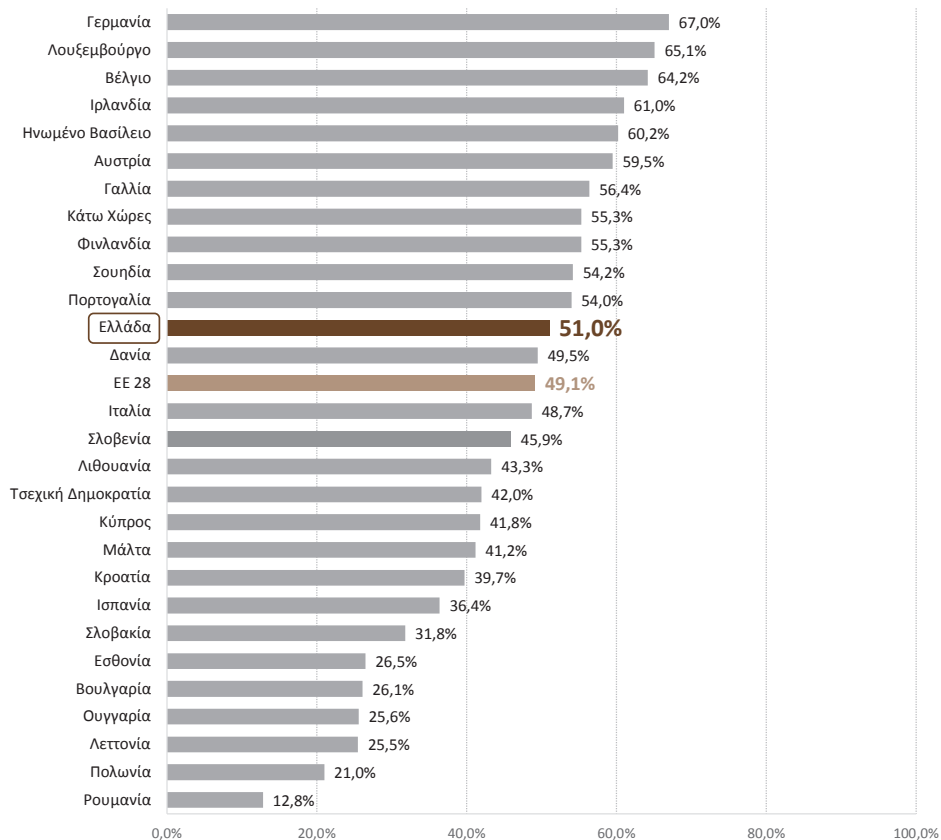
Η ελάχιστη προϋπόθεση για να χαρακτηριστεί μία αλλαγή στα προϊόντα ή στις διαδικασίες ή στις μεθόδους μίας επιχείρησης ως καινοτομία είναι να είναι νέα ή σημαντικά βελτιωμένη για την επιχείρηση. Η προϋπόθεση αυτή περιλαμβάνει την παραγωγή προϊόντων ή εφαρμογή διαδικασιών/ μεθόδων που έχουν αρχικά αναπτυχθεί ή χρησιμοποιηθεί από άλλες επιχειρήσεις αρκεί να χρησιμοποιούνται για πρώτη φορά από την επιχείρηση αυτή.*

Διάγραμμα 1. Σύνολο επιχειρήσεων έρευνας και ποσοστό (%) καινοτόμων επιχειρήσεων, 2010-2012 και 2012-2014



Με βάση το παραπάνω ποσοστό καινοτόμων επιχειρήσεων, η Ελλάδα την περίοδο 2012-2014 κατατάσσεται στην 12η θέση μεταξύ των 28 κρατών μελών της ΕΕ, ξεπερνώντας τον μέσο ευρωπαϊκό όρο (49,1%). Η κατάταξη των χωρών για την εν λόγω περίοδο παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 2.

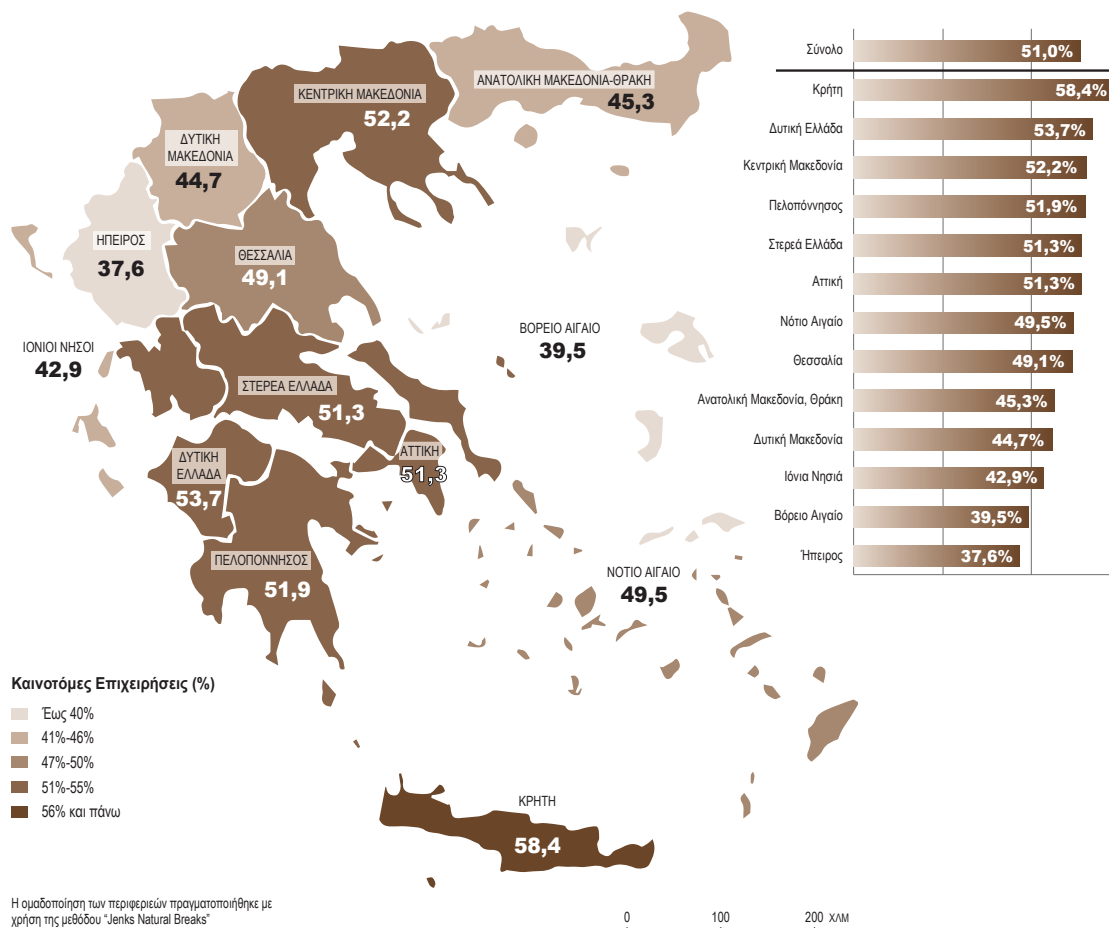
Διάγραμμα 2. Ποσοστό (%) καινοτόμων επιχειρήσεων στα κράτη μέλη της ΕΕ28, 2012-2014



* Πηγή: OECD and Eurostat (2015), Oslo Manual, Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data

Στο επίπεδο των ελληνικών περιφερειών, το μεγαλύτερο ποσοστό καινοτόμων επιχειρήσεων καταγράφεται στην Περιφέρεια Κρήτης (58,4%). Ακολουθούν οι Περιφέρειες Δυτικής Ελλάδας, (53,7%), η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας (52,2%) και η Περιφέρεια Πελοποννήσου (51,9%) (Χάρτης 1).

Χάρτης 1. Ποσοστό (%) καινοτόμων επιχειρήσεων ανά περιφέρεια, 2012-2014.

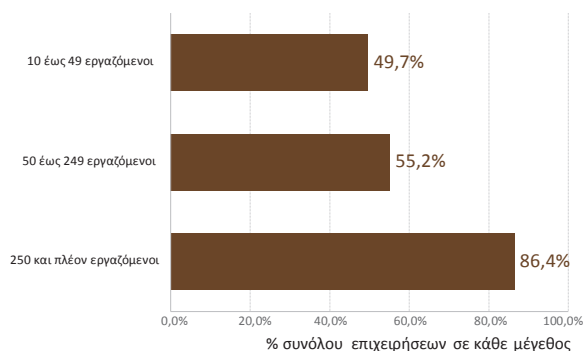


1.2 Χαρακτηριστικά καινοτόμων επιχειρήσεων

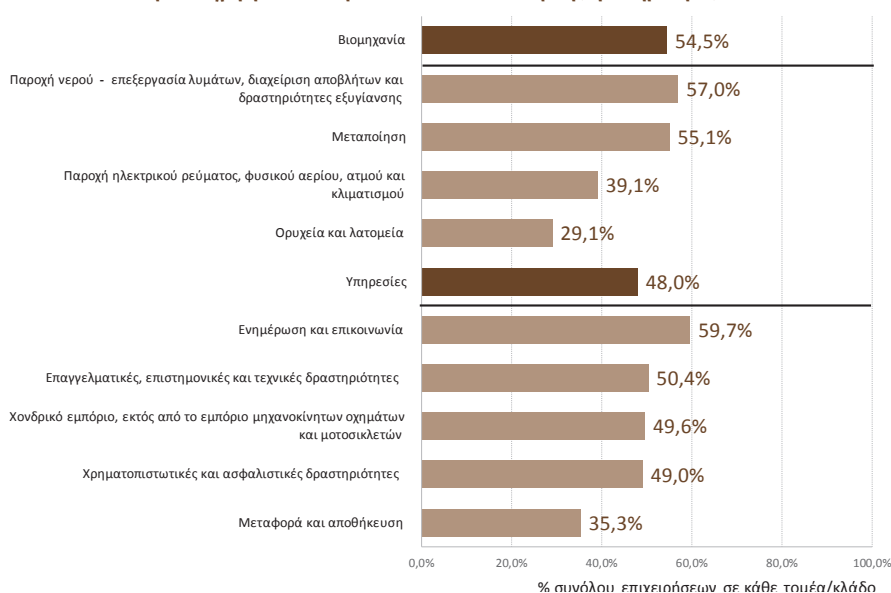
Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται οι καινοτόμες επιχειρήσεις ανά μέγεθος επιχείρησης, με βάση τον αριθμό εργαζομένων, και ανά πρωτεύοντα κλάδο οικονομικής δραστηριότητας.

Εξετάζεται επίσης η διαφοροποίηση των καινοτόμων και μη καινοτόμων επιχειρήσεων σε βασικά χαρακτηριστικά, όπως ο κύκλος εργασιών, ο αριθμός των ατόμων που απασχολούν και οι αγορές στις οποίες απευθύνονται.

Αναφορικά ως προς το μέγεθος των επιχειρήσεων, το ποσοστό καινοτομίας αυξάνεται όσο αυξάνεται το μέγεθος της επιχείρησης. Από το 49,7% στις επιχειρήσεις με 10-49 εργαζόμενους, ανέρχεται σε 55,2% στις επιχειρήσεις με 50-249 εργαζόμενους και φθάνει το 86,4% στις επιχειρήσεις με 250 και πλέον εργαζόμενους (Διάγραμμα 3).

Διάγραμμα 3. Ποσοστό (%) καινοτόμων επιχειρήσεων ανά μέγεθος επιχείρησης, βάσει του αριθμού εργαζομένων, 2012-2014

Το Διάγραμμα 4 παρουσιάζει το ποσοστό καινοτόμων επιχειρήσεων στους επιμέρους κλάδους των δύο κύριων τομέων οικονομικής δραστηριότητας, Βιομηχανία και Υπηρεσίες. Οι καινοτόμες επιχειρήσεις ξεπερνούν το 50% στον τομέα της Βιομηχανίας (54,5%), ενώ φτάνουν το 48% στον τομέα των Υπηρεσιών.

Διάγραμμα 4. Ποσοστό (%) καινοτόμων επιχειρήσεων ανά πρωτεύοντα κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, 2012-2014

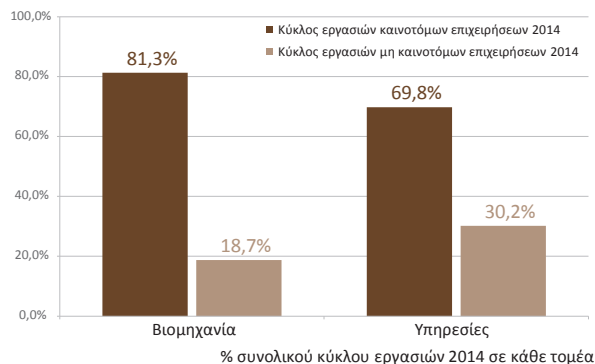
Στον τομέα της Βιομηχανίας, το μεγαλύτερο ποσοστό (57%) καινοτόμων επιχειρήσεων καταγράφεται στον κλάδο της «Παροχής νερού – επεξεργασίας λυμάτων, διαχείρισης αποβλήτων και δραστηριότητες εξυγίανσης», ο οποίος συνολικά περιλαμβάνει 200 επιχειρήσεις. Ακολουθεί, με ποσοστό καινοτόμων επιχειρήσεων 55,1%, ο κλάδος της «Μεταποίησης», ο οποίος με συνολικό πληθυσμό 5.971 επιχειρήσεις αποτελεί τον βασικό κορμό της Βιομηχανίας. Στους επιμέρους κλάδους της «Μεταποίησης» διακρίνονται αυτοί της «Παραγωγής βασικών φαρμακευτικών προϊόντων και φαρμακευτικών σκευασμάτων» με ποσοστό καινοτόμων επιχειρήσεων 78,3%, της «Κατασκευής ηλεκτρολογικού εξοπλισμού» με 72,7% και της «Κατασκευής ηλεκτρονικών υπολογιστών, ηλεκτρονικών και οπτικών προϊόντων» με ποσοστό 70,3%.

Στον τομέα των Υπηρεσιών, το μεγαλύτερο ποσοστό (59,7%) καινοτόμων επιχειρήσεων καταγράφεται στον κλάδο της «Ενημέρωσης και επικοινωνίας», στον οποίο διακρίνονται οι κλάδοι των «Δραστηριοτήτων προγραμματισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών, παροχής συμβουλών και συναφών δραστηριοτήτων» με ποσοστό καινοτόμων επιχειρήσεων 84,4%, των «Δραστηριοτήτων υπηρεσιών πληροφορίας» με 73,7% και των «Τηλεπικοινωνιών» με 56,8%.

Οι καινοτόμες επιχειρήσεις έχουν καλύτερες επιδόσεις όσον αφορά στον κύκλο εργασιών τους. Το Διάγραμμα 5 καταγράφει τη συνεισφορά των καινοτόμων και των μη καινοτόμων επιχειρήσεων στον συνολικό κύκλο εργασιών του τομέα της Βιομηχανίας και του τομέα των Υπηρεσιών.

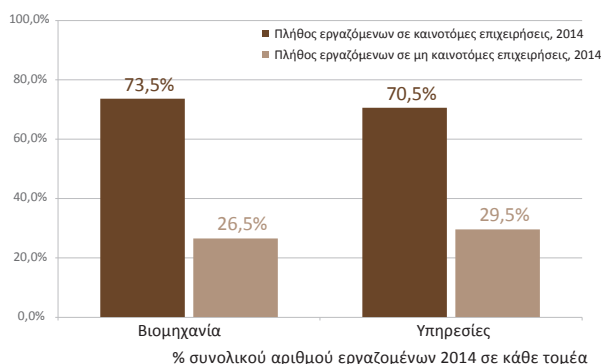
Στον τομέα της Βιομηχανίας το 81,3% του κύκλου εργασιών προέρχεται από τις καινοτόμες επιχειρήσεις. Στον τομέα των Υπηρεσιών το ποσοστό αυτό είναι 69,8%.

Διάγραμμα 5. Ποσοστιαία κατανομή (%) κύκλου εργασιών των δύο κυρίων τομέων οικονομικής δραστηριότητας σε καινοτόμες και μη καινοτόμες επιχειρήσεις, 2014



Οι καινοτόμες επιχειρήσεις υπερτερούν επίσης σε όρους απασχόλησης. Όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 6, το μεγαλύτερο ποσοστό εργαζομένων τόσο του τομέα της Βιομηχανίας όσο και του τομέα των Υπηρεσιών για το 2014 απασχολούνται στις καινοτόμες επιχειρήσεις (73,5% και 70,5% αντίστοιχα).

Διάγραμμα 6. Ποσοστιαία κατανομή (%) εργαζομένων των δύο κυρίων τομέων οικονομικής δραστηριότητας σε καινοτόμες και μη καινοτόμες επιχειρήσεις, 2014

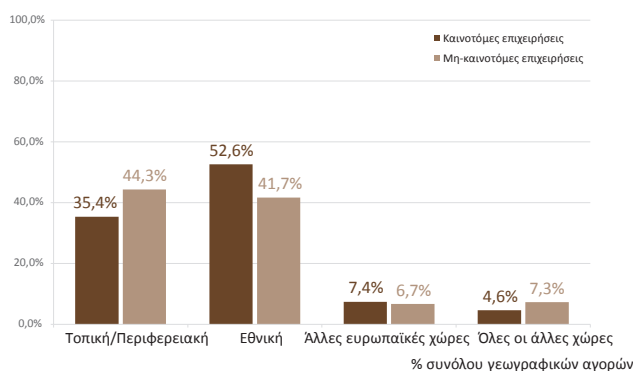


Το Διάγραμμα 7 καταγράφει τη σημαντικότερη, από άποψη κύκλου εργασιών την περίοδο 2012-2014, αγορά για τις καινοτόμες και μη καινοτόμες ελληνικές επιχειρήσεις.

Η εθνική αγορά αποτελεί τη μεγαλύτερη αγορά για το 52,6% των καινοτόμων επιχειρήσεων και ακολουθεί η τοπική /περιφερειακή αγορά (35,4%). Η εικόνα αντιστρέφεται στις μη καινοτόμες επιχειρήσεις. Η τοπική/περιφερειακή αγορά είναι σημαντικότερη σε ποσοστό 44,3% και η εθνική σε ποσοστό 41,7%.

Η διεθνής αγορά (εντός ΕΕ ή τρίτες χώρες) είναι η σημαντικότερη αγορά για το 12% των καινοτόμων επιχειρήσεων (7,4% για χώρες εντός ΕΕ και 4,6% για τις άλλες χώρες). Τα αντίστοιχα ποσοστά είναι παρεμφερή και για τις μη καινοτόμες επιχειρήσεις.

Διάγραμμα 7. Ποσοστιαία κατανομή (%) καινοτόμων και μη καινοτόμων επιχειρήσεων με βάση τη σημαντικότερη γεωγραφική αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται, 2012-2014.



1.3 Καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας

Οι επιχειρήσεις που καινοτομούν παρουσιάζονται σε δύο συγκεντρωτικές κατηγορίες, την «Καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας» και την «Οργανωσιακή καινοτομία ή/και καινοτομία μάρκετινγκ».

Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει τις επιχειρήσεις που καινοτομούν σε προϊόντα (αγαθά ή υπηρεσίες) ή/και διαδικασίες, ανεξάρτητα αν εφαρμόζουν και καινοτομίες οργάνωσης/μάρκετινγκ. Στην κατηγορία αυτή καταγράφονται επίσης οι επιχειρήσεις που πραγματοποίησαν την περίοδο 2012 έως και 2014 δραστηριότητες για την εισαγωγή καινοτομιών προϊόντος/διαδικασίας, που όμως βρίσκονταν σε εξέλιξη ή σε αναστολή/διακοπή το 2014. Η «Καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας» παρουσιάζεται στη συνέχεια της παρούσας Ενότητας.

Η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει τις επιχειρήσεις που καινοτομούν σε οργάνωση ή/και μάρκετινγκ, ανεξάρτητα αν εφαρμόζουν και καινοτομίες σε προϊόντα ή/και διαδικασίες. Η «Οργανωσιακή καινοτομία ή/και καινοτομία μάρκετινγκ» παρουσιάζεται στην Ενότητα 1.4.

Διάγραμμα 8. Τύποι Καινοτομίας

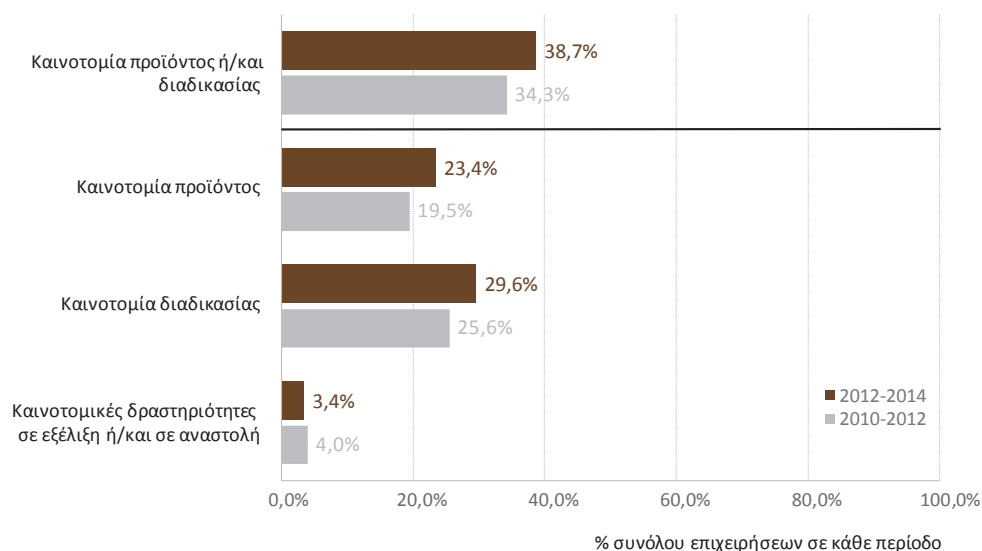


Την περίοδο 2012-2014, το 38,7% των επιχειρήσεων που εμπίπτουν στον πληθυσμό της έρευνας, καινοτομεί σε προϊόντα ή/και διαδικασίες. Καινοτομία προϊόντος καταγράφει το 23,4% των επιχειρήσεων του πληθυσμού και καινοτομία διαδικασίας το 29,6% των επιχειρήσεων, ανεξαρτήτως αν παράλληλα καινοτομούν και σε άλλους τύπους καινοτομίας (Διάγραμμα 9).

Η μέτρηση της καινοτομίας προϊόντος ή/και διαδικασίας στις επιχειρήσεις δεν αφορά μόνο δραστηριότητες που έχουν ολοκληρωθεί, αλλά συμπεριλαμβάνει εκείνες που βρίσκονται σε εξέλιξη, καθώς και εκείνες που για ορισμένους λόγους και αιτίες διακόπηκαν χωρίς να ολοκληρωθούν. Σε ποσοστό 3,4% οι επιχειρήσεις υλοποίησαν καινοτομικές δραστηριότητες για την εισαγωγή καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας που είτε βρίσκονταν ακόμα σε εξέλιξη το 2014, είτε ανεστάλησαν πριν την εισαγωγή καινοτομίας.

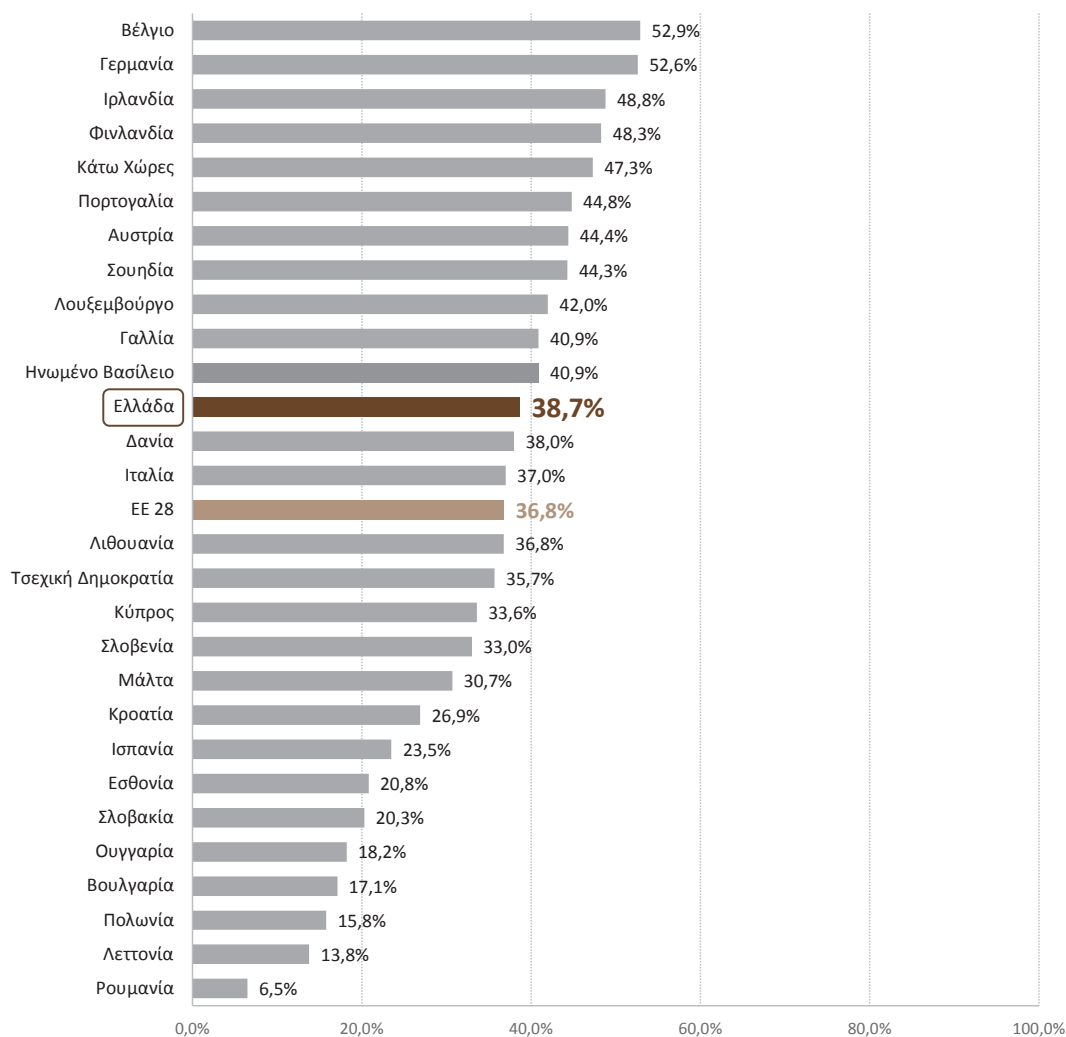
Συγκριτικά με την τριετία 2010-2012, σημειώνεται αύξηση στην καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας ως αποτέλεσμα της αύξησης και των δύο επιμέρους τύπων καινοτομίας. Οι επιχειρήσεις με καινοτομικές δραστηριότητες είτε σε εξέλιξη, είτε σε διακοπή, παρουσιάζουν μικρή μείωση.

Διάγραμμα 9. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας και οι επιμέρους τύποι, 2010-2012 και 2012-2014



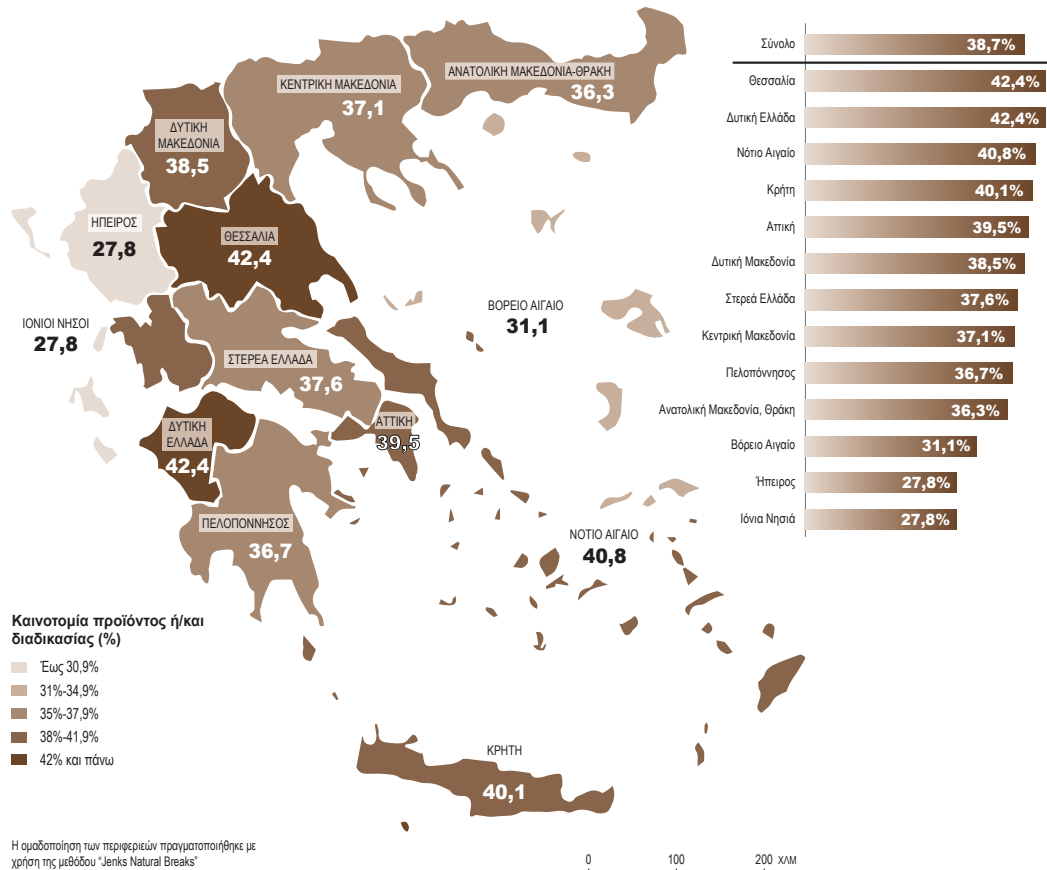
Με βάση την καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας, η Ελλάδα με ποσοστό 38,7% βρίσκεται στην 12^η θέση μεταξύ των κρατών μελών της ΕΕ. Ο μέσος ευρωπαϊκός όρος ανέρχεται σε 36,8%.

Διάγραμμα 10. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας στα κράτη μέλη της ΕΕ28, 2012-2014



Ο Χάρτης 2 αποτυπώνει το ποσοστό των επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας στις ελληνικές περιφέρειες για την περίοδο 2012-2014. Πρώτες εμφανίζονται η Περιφέρεια Θεσσαλίας και η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας με ποσοστό 42,4%. Η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου βρίσκεται στην τρίτη θέση (40,8%), και ακολουθεί η Περιφέρεια Κρήτης (40,1%).

Χάρτης 2. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας ανά περιφέρεια, 2012-2014



1.3.1 Καινοτομία προϊόντος

Οι επιχειρήσεις με καινοτομία προϊόντος διακρίνονται περαιτέρω σε αυτές που καταγράφουν καινοτομία σε αγαθά (ανεξάρτητα αν παράλληλα έχουν και καινοτομία σε υπηρεσίες) και σε αυτές που καταγράφουν καινοτομία σε υπηρεσίες (ανεξάρτητα αν παράλληλα καινοτομούν σε αγαθά).

Την περίοδο 2012 – 2014, το 16,9% των ελληνικών επιχειρήσεων εισάγουν καινοτομίες αγαθών, σημειώνοντας μικρή αύξηση σε σχέση με την περίοδο 2010-2012. Καινοτομία υπηρεσιών καταγράφει το 13,6% του συνόλου των επιχειρήσεων, καταγράφοντας επίσης αύξηση σε σχέση με την προηγούμενη τριετία (Διάγραμμα 11).

Καινοτομία προϊόντος είναι η εισαγωγή στην αγορά ενός προϊόντος, αγαθού ή υπηρεσίας, που είναι είτε νέο είτε σημαντικά βελτιωμένο ως προς τα χαρακτηριστικά του ή τις προοριζόμενες χρήσεις του.

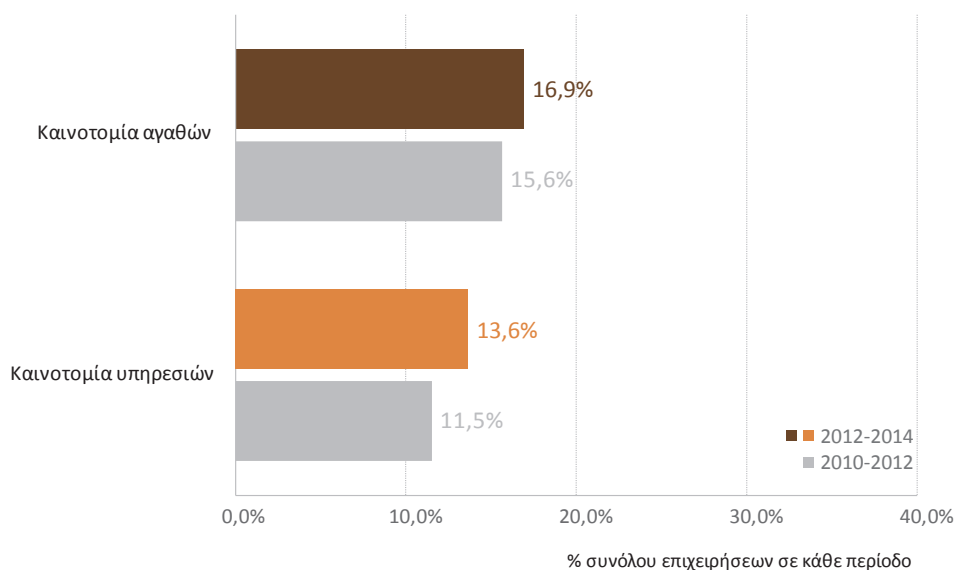
Ο όρος «προϊόν» αναφέρεται είτε σε ένα αγαθό είτε σε μία υπηρεσία.

Ένα αγαθό είναι συνήθως ένα από αντικείμενο, όπως ένα έπιπλο, μία συσκευή, μία κάμερα στο κινητό τηλέφωνο, ένα φορητό MP3, ένα σύστημα GPS, ένα συσκευασμένο λογισμικό, ή ακόμη και λογισμικά, μουσική, ταινίες που διατίθενται μέσω διαδικτύου.

Μία υπηρεσία είναι συνήθως άυλη, όπως οι τραπεζικές υπηρεσίες μέσω διαδικτύου, οι ταχυδρομικές υπηρεσίες, η ασφάλιση, τα εκπαιδευτικά προγράμματα, οι αερομεταφορές, οι συμβουλευτικές υπηρεσίες κ.ά.*

* Πηγή: OECD and Eurostat (2015), Oslo Manual, Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data

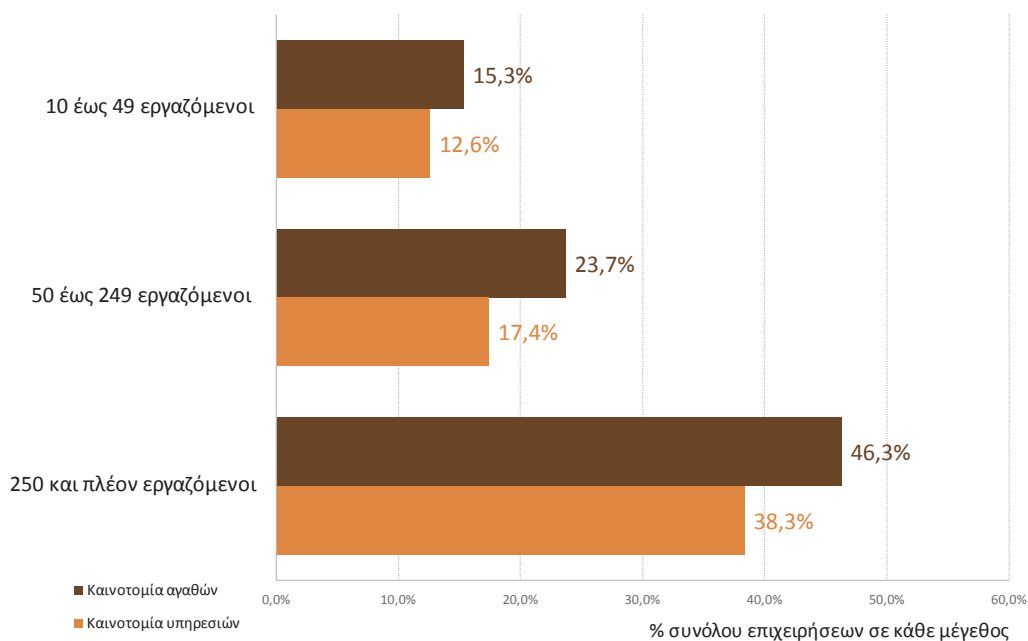
Διάγραμμα 11. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία σε αγαθά και υπηρεσίες, 2010-2012 και 2012-2014



Στα Διαγράμματα 12 και 13 παρουσιάζονται για την περίοδο 2012-2014 τα ποσοστά των επιχειρήσεων με καινοτομία σε αγαθά και αυτών με καινοτομία σε υπηρεσίες, ανά μέγεθος και ανά κύριο τομέα οικονομικής δραστηριότητας αντίστοιχα.

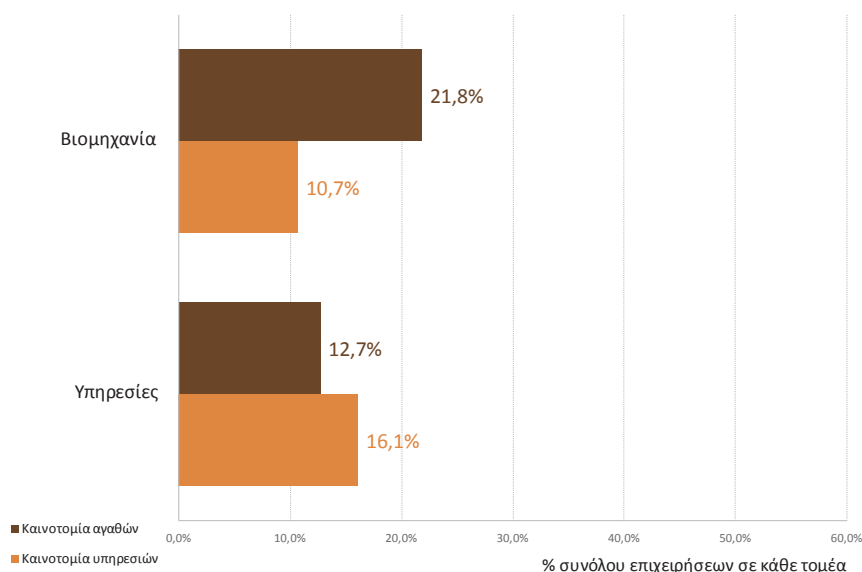
Και στις τρεις τάξεις μεγέθους των ελληνικών επιχειρήσεων το ποσοστό καινοτομιών σε αγαθά είναι μεγαλύτερο από το ποσοστό καινοτομιών σε υπηρεσίες. Τα ποσοστά και των δύο κατηγοριών καινοτομίας αυξάνονται όσο αυξάνεται το μέγεθος των επιχειρήσεων.

Διάγραμμα 12. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία σε αγαθά και υπηρεσίες ανά μέγεθος επιχείρησης, βάσει του αριθμού εργαζομένων, 2012-2014



Στον τομέα της Βιομηχανίας, η καινοτομία σε αγαθά καταγράφει υψηλότερα ποσοστά (21,8% των επιχειρήσεων του τομέα) από την καινοτομία σε υπηρεσίες (10,7%). Αντίθετα, στον τομέα των Υπηρεσιών, η καινοτομία υπηρεσιών (16,1%) υπερτερεί της καινοτομίας σε αγαθά (12,7%).

Διάγραμμα 13. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία σε αγαθά και υπηρεσίες ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, 2012-2014



1.3.2 Καινοτομία διαδικασίας

Οι περισσότερες από τις επιχειρήσεις του πληθυσμού εισάγουν καινοτομίες για την υποστήριξη των διαδικασιών (20,2%) και ακολούθως για τις μεθόδους κατασκευής/παραγωγής των προϊόντων (17,7%). Αισθητά λιγότερες είναι οι επιχειρήσεις που καινοτομούν στις μεθόδους παράδοσης/διανομής των προϊόντων (8,8%).

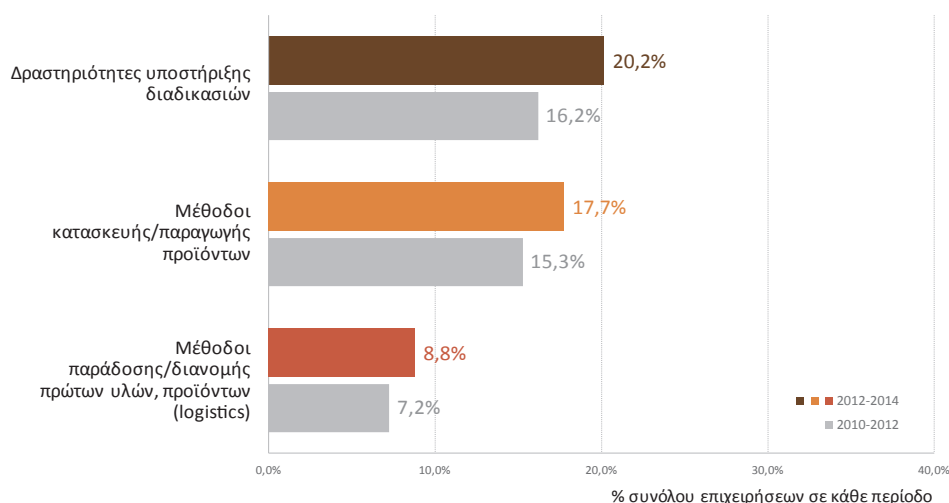
Και στις τρεις κατηγορίες της καινοτομίας διαδικασίας σημειώνεται αύξηση συγκριτικά με τα αντίστοιχα δεδομένα της περιόδου 2010-2012 (Διάγραμμα 14).

Καινοτομία διαδικασίας είναι η εφαρμογή μίας νέας ή σημαντικά βελτιωμένης διαδικασίας παραγωγής, μεθόδου διανομής ή δραστηριότητας υποστήριξης για τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που παρέχει η επιχείρηση.

Διακρίνονται τρεις επιμέρους κατηγορίες:

- Μέθοδοι κατασκευής ή παραγωγής αγαθών ή υπηρεσιών
- Μέθοδοι παράδοσης ή διανομής πρώτων υλών, αγαθών ή υπηρεσιών (logistics)
- Δραστηριότητες υποστήριξης των διαδικασιών, όπως συστήματα συντήρησης ή εφαρμογές προμηθειών, λογιστικής ή πληροφορικής.*

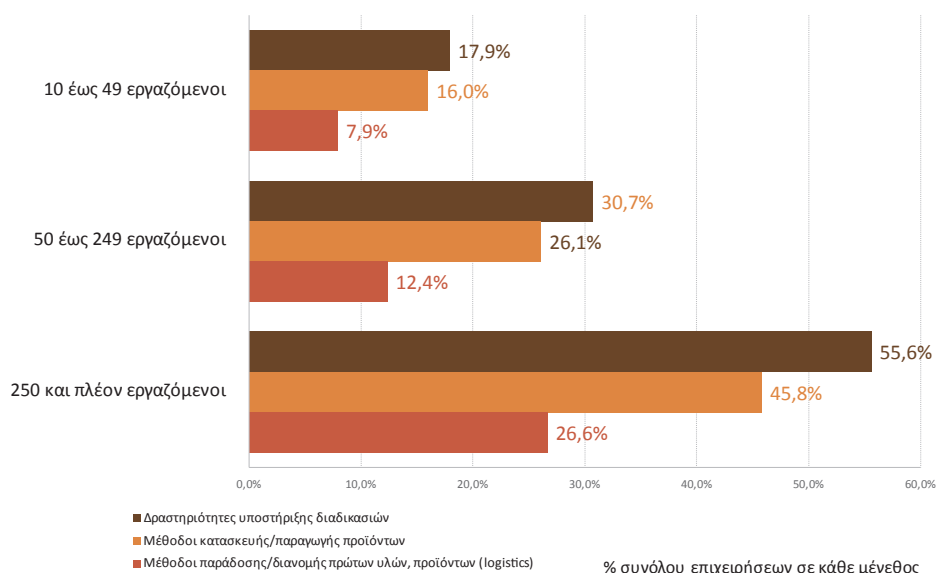
Διάγραμμα 14. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία διαδικασίας στις επιμέρους κατηγορίες, 2010-2012 και 2012-2014



* Πηγή: OECD and Eurostat (2015), Oslo Manual, Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data

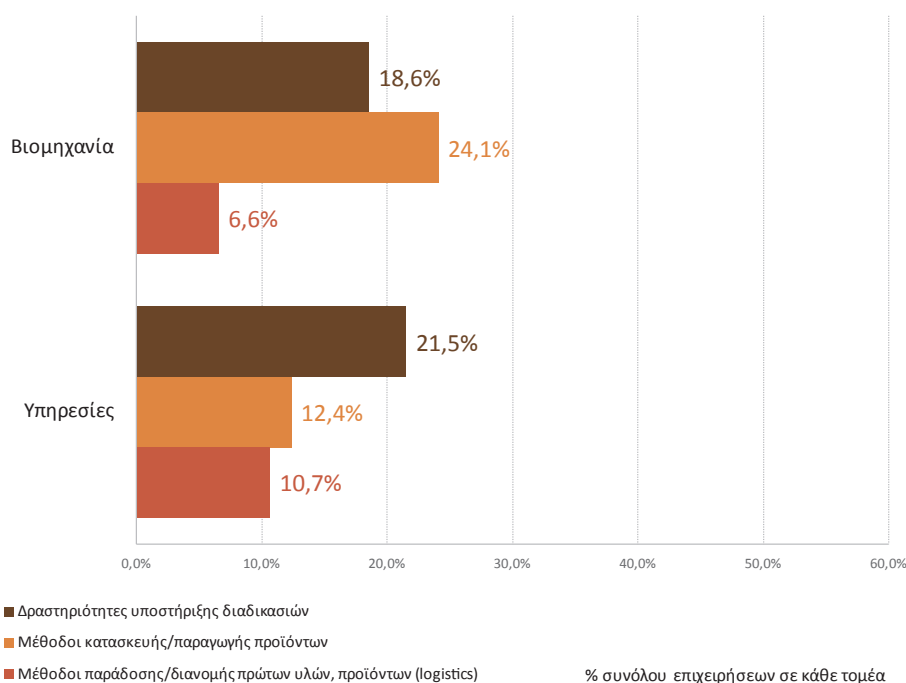
Οι δραστηριότητες υποστήριξης των διαδικασιών σε μια επιχείρηση αποτελούν τον συνηθέστερο τρόπο εκδήλωσης της καινοτομίας διαδικασίας σε όλες τις τάξεις μεγέθους των επιχειρήσεων (10-49 εργαζόμενοι, 50-249 εργαζόμενοι, 250 και πλέον εργαζόμενοι). Ακολουθούν οι μέθοδοι κατασκευής/παραγωγής για όλα τα μεγέθη επιχειρήσεων και, τέλος, οι μέθοδοι παράδοσης/διανομής. Αξίζει να σημειωθεί, ότι τα ποσοστά εφαρμογής και των τριών κατηγοριών καινοτομίας διαδικασίας αυξάνονται όσο αυξάνεται το μέγεθος των επιχειρήσεων, καταγράφοντας σημαντική αύξηση στις μεγάλες επιχειρήσεις (Διάγραμμα 15).

Διάγραμμα 15. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία διαδικασίας στις επιμέρους κατηγορίες ανά μέγεθος επιχείρησης, βάσει του αριθμού εργαζομένων, 2012-2014



Αναφορικά με τους τομείς οικονομικής δραστηριότητας, καταγράφεται μία διαφοροποίηση ως προς την εφαρμογή των τριών κατηγοριών καινοτομίας διαδικασίας. Στον τομέα της Βιομηχανίας, κυριαρχούν οι επιχειρήσεις με καινοτομία στις μεθόδους κατασκευής/παραγωγής των προϊόντων (24,1%), ενώ στον τομέα των Υπηρεσιών το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων (21,5%) καινοτομεί στις δραστηριότητες υποστήριξης διαδικασιών (Διάγραμμα 16).

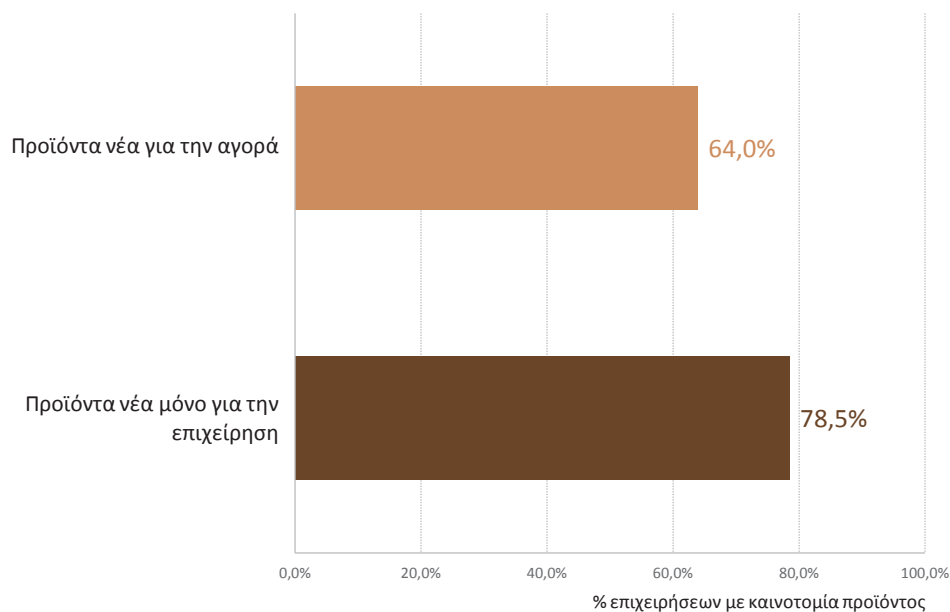
Διάγραμμα 16. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία διαδικασίας στις επιμέρους κατηγορίες ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, 2012-2014



1.3.3 Εισαγωγή καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας

Τα προϊόντα που εισήγαγαν οι επιχειρήσεις με καινοτομία προϊόντος στην περίοδο 2012-2014 ήταν κατά 64,0% νέα για την αγορά στην οποία απευθύνονται, ενώ κατά 78,5% ήταν νέα μόνο για την επιχείρηση.

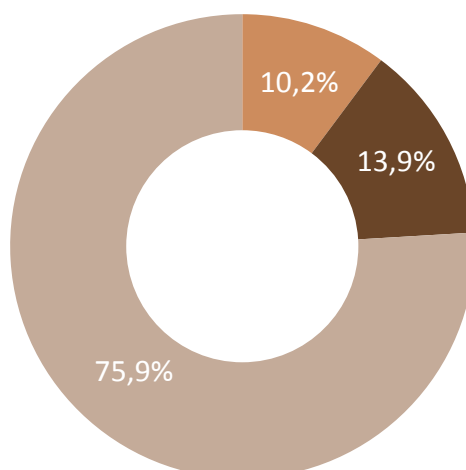
Διάγραμμα 17. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος, νέα για την αγορά και νέα μόνο για την επιχείρηση, 2012-2014



Η συνεισφορά των καινοτόμων προϊόντων στον συνολικό κύκλο εργασιών των επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ανέρχεται σε 24,1% το 2014. Το μεγαλύτερο μέρος προέρχεται από τα καινοτόμα προϊόντα που ήταν νέα μόνο για την επιχείρηση (13,9%) σε σχέση με τις προϊόντα που ήταν νέα για την αγορά (10,2%) (Διάγραμμα 18).

Διάγραμμα 18. Ποσοστιαία κατανομή (%) κύκλου εργασιών από καινοτόμα / μη καινοτόμα προϊόντα, 2014

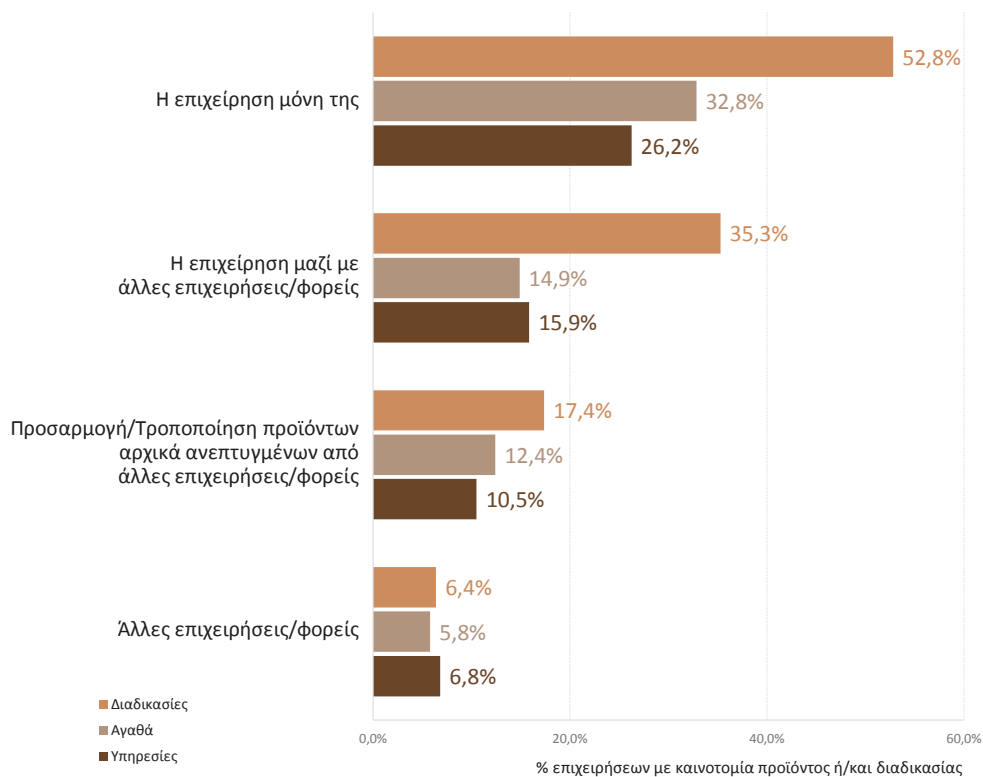
- Καινοτόμα προϊόντα - Νέα για την αγορά
- Καινοτόμα προϊόντα - Νέα μόνο για την επιχείρηση
- Μη καινοτόμα προϊόντα



% κύκλου εργασιών 2014 επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος

Οι περισσότερες επιχειρήσεις με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας αναπτύσσουν τις καινοτομίες τους με ίδια μέσα και χωρίς συνεργασία. Ακολουθούν εκείνες που επιλέγουν να συνεργαστούν με άλλες επιχειρήσεις ή φορείς. Ως λιγότερο σημαντική εμφανίζεται η προσαρμογή ή τροποποίηση προϊόντων που είχαν αρχικά αναπτυχθεί εκτός επιχείρησης, ενώ η λιγότερο συνήθης πρακτική είναι η ανάπτυξη της καινοτομίας προϊόντος ή/και διαδικασίας από άλλες επιχειρήσεις (Διάγραμμα 19).

Διάγραμμα 19. Φορείς ανάπτυξης καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας και ποσοστό (%) επιχειρήσεων, 2012-2014

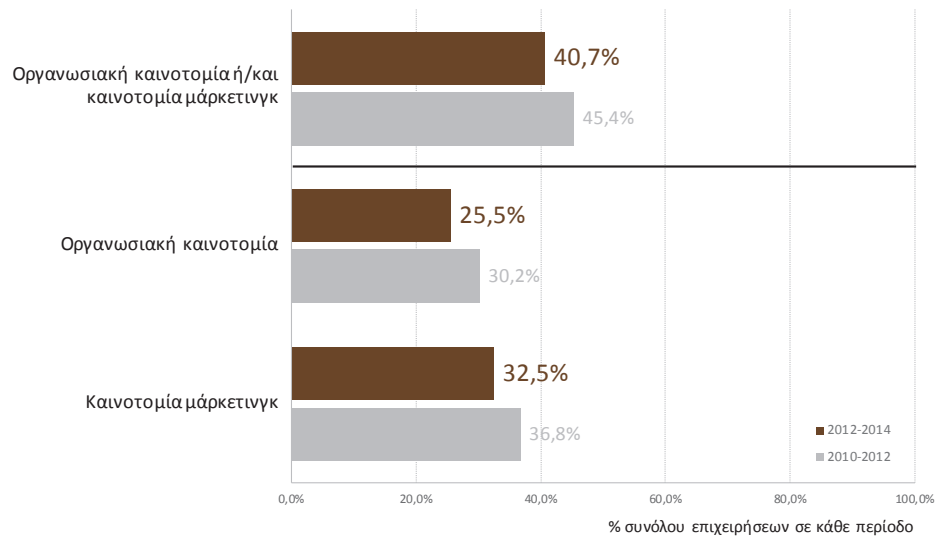


1.4 Οργανωσιακή καινοτομία ή/και καινοτομία μάρκετινγκ

Οι επιχειρήσεις που καινοτομούν στην οργάνωση ή/και στο μάρκετινγκ (ανεξαρτήτως αν καινοτομούν και σε προϊόν ή/και διαδικασία) αντιστοιχούν στο 40,7% των επιχειρήσεων του πληθυσμού της έρευνας. Οργανωσιακή καινοτομία καταγράφει το 25,5% και καινοτομία μάρκετινγκ το 32,5% των επιχειρήσεων του πληθυσμού, καθιστώντας τον τύπο αυτόν τον πιο καινοτόμο στην τριετία 2012-2014 (Διάγραμμα 20).

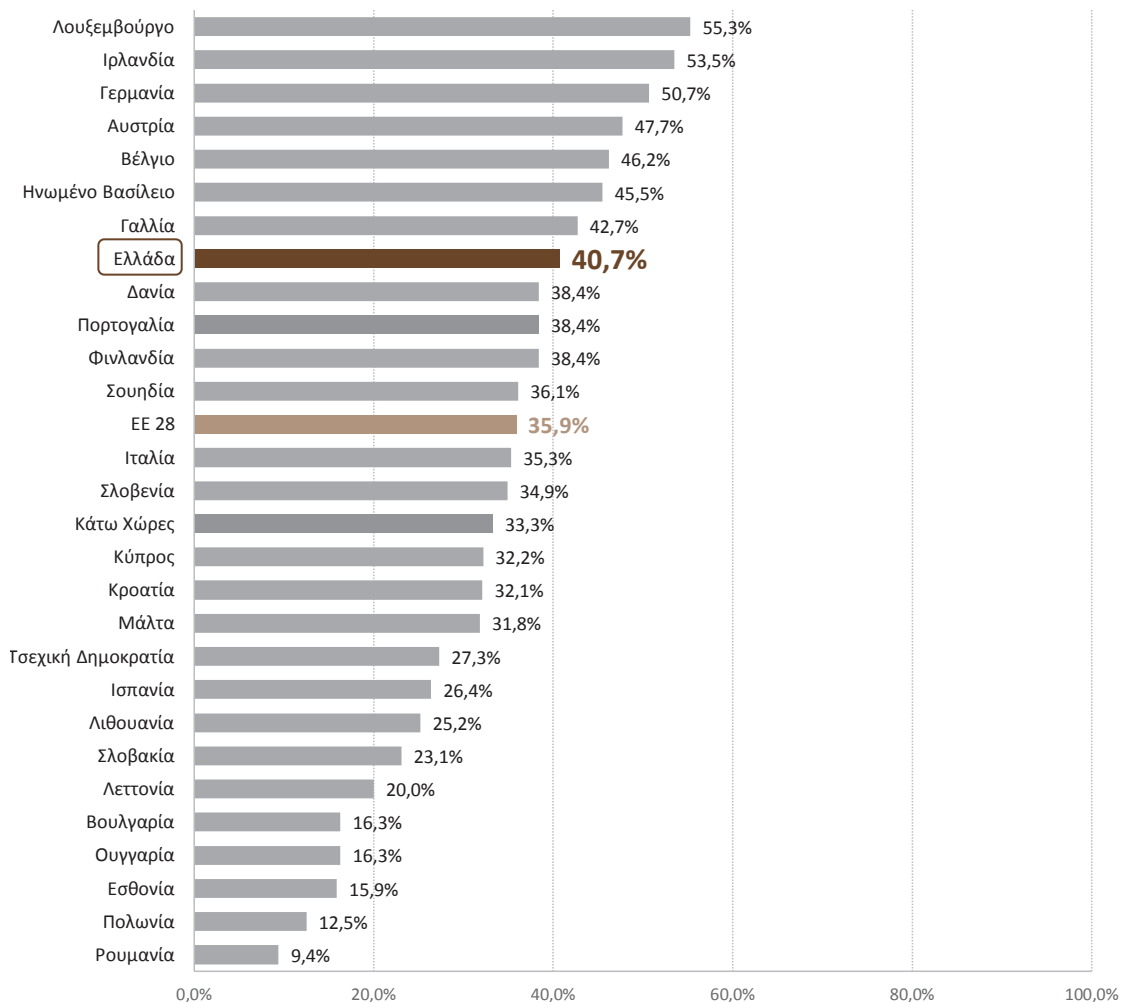
Συγκριτικά με την προηγούμενη περίοδο, σημειώνεται μείωση στο ποσοστό των επιχειρήσεων με οργανωσιακή καινοτομία ή/και καινοτομία μάρκετινγκ. Μείωση καταγράφεται και στους δύο επιμέρους τύπους καινοτομίας.

Διάγραμμα 20. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με οργανωσιακή καινοτομία ή/και καινοτομία μάρκετινγκ και οι επιμέρους τύποι, 2010-2012 και 2012-2014



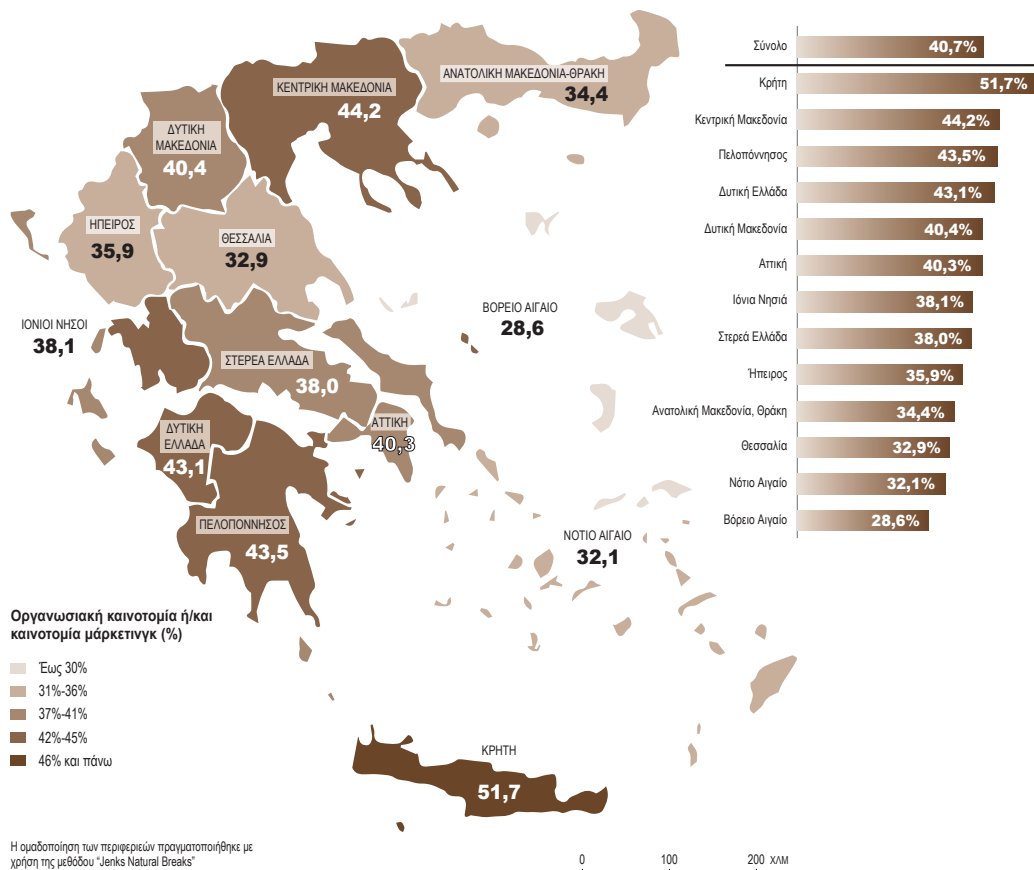
Η Ελλάδα βρίσκεται στην 8^η θέση ως προς την οργανωσιακή καινοτομία ή/και καινοτομία μάρκετινγκ με ποσοστό 40,7%, ενώ ο μέσος ευρωπαϊκός όρος είναι 35,9%.

Διάγραμμα 21. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με οργανωσιακή καινοτομία ή/και καινοτομία μάρκετινγκ στα κράτη μέλη της ΕΕ-28, 2012-2014



Ο Χάρτης 3 απεικονίζει το ποσοστό των επιχειρήσεων με καινοτομία οργάνωσης ή/και μάρκετινγκ στις ελληνικές περιφέρειες. Στην πρώτη θέση εμφανίζεται η Περιφέρεια Κρήτης, με ποσοστό 51,7%. Έπονται η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, με ποσοστό 44,2% και η Περιφέρεια Πελοποννήσου με 43,5%.

Χάρτης 3. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία οργάνωσης ή/και μάρκετινγκ ανά περιφέρεια, 2012-2014



1.4.1 Οργανωσιακή καινοτομία

Το Διάγραμμα 22 παρουσιάζει τα ποσοστά των επιχειρήσεων του πληθυσμού της έρευνας που εισήγαγαν οργανωσιακή καινοτομία στις επιμέρους κατηγορίες αυτού του τύπου.

Οι περισσότερες επιχειρήσεις καινοτομούν στις επιχειρησιακές πρακτικές για οργανωσιακές διαδικασίες (18,8%).

Ακολουθούν, με ποσοστό 14,1%, αυτές που καινοτομούν στις μεθόδους οργάνωσης της εργασίας και λήψης αποφάσεων και τέλος, μόλις το 9,1% υλοποιεί νέες μεθόδους οργάνωσης των εξωτερικών σχέσεων.

Οργανωσιακή καινοτομία είναι η εφαρμογή μίας νέας οργανωσιακής μεθόδου στις επιχειρησιακές πρακτικές της επιχείρησης (συμπεριλαμβανομένης της διαχείρισης της γνώσης), στην οργάνωση της εργασίας ή στις εξωτερικές σχέσεις της επιχείρησης, η οποία δεν έχει χρησιμοποιηθεί στο παρελθόν.

Η καινοτομία αυτή οφείλει να είναι το αποτέλεσμα στρατηγικών αποφάσεων της διοίκησης της επιχείρησης.

Διακρίνονται τρεις επιμέρους κατηγορίες:

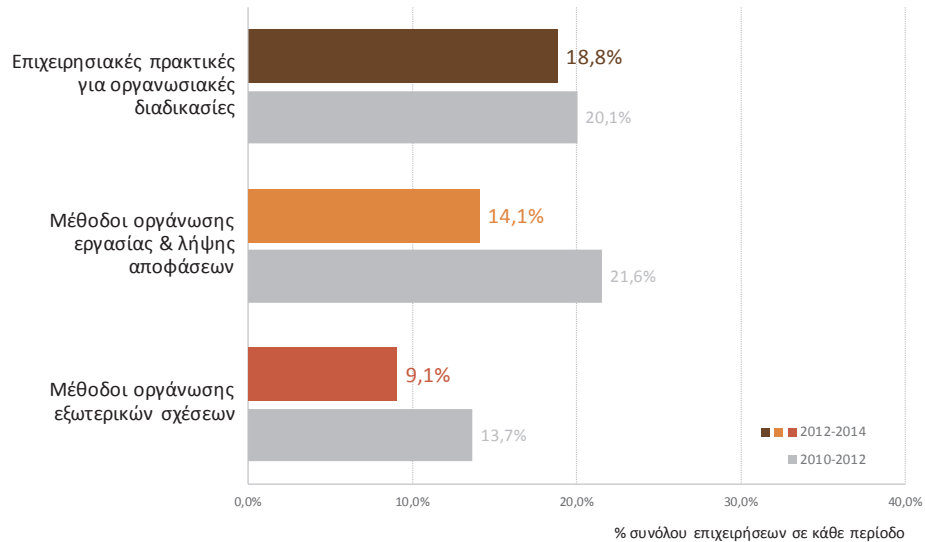
- Νέες επιχειρησιακές πρακτικές για οργανωσιακές διαδικασίες.
- Νέες μέθοδοι οργάνωσης εργασίας και λήψης αποφάσεων.
- Νέες μέθοδοι οργάνωσης εξωτερικών σχέσεων με άλλες επιχειρήσεις ή δημόσιους οργανισμούς.

Οι συγχωνεύσεις ή οι εξαγορές εξαιρούνται, ακόμη και αν υλοποιούνται για πρώτη φορά.*

* Πηγή: OECD and Eurostat (2015), Oslo Manual, Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data

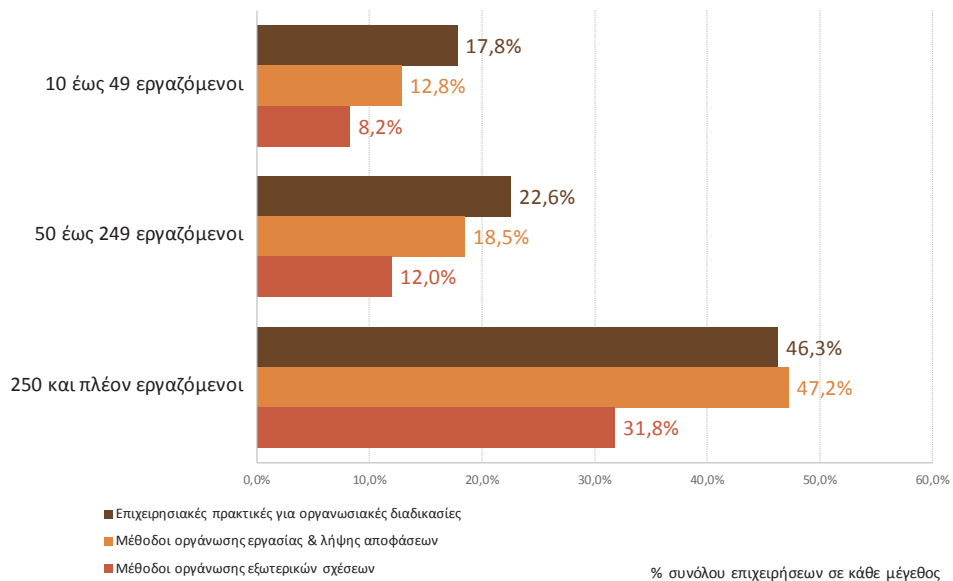
Συγκριτικά με την περίοδο 2010-2012, παρατηρείται μείωση και στις τρεις επιμέρους κατηγορίες, η οποία είναι πιο εμφανής στις μεθόδους οργάνωσης εργασίας και λήψης αποφάσεων (Διάγραμμα 22).

Διάγραμμα 22. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με οργανωσιακή καινοτομία στις επιμέρους κατηγορίες, 2010-2012 και 2012-2014



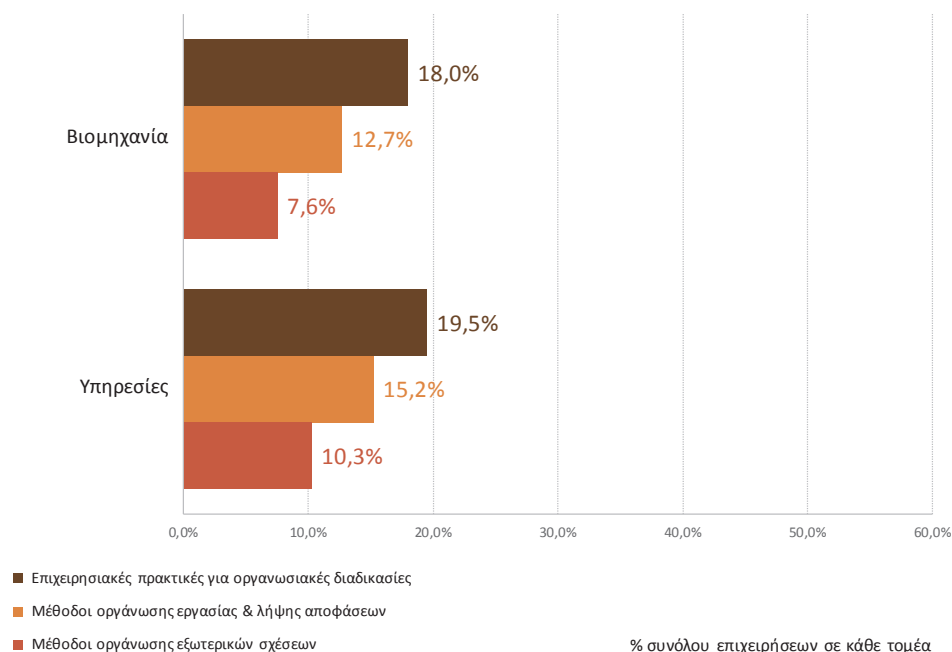
Οι τρεις αυτές επιμέρους κατηγορίες οργανωσιακής καινοτομίας διαφοροποιούνται με το μέγεθος της επιχείρησης. Στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, με 10 έως 49 εργαζόμενους και με 50 έως 249 εργαζόμενους, τα ποσοστά καινοτομίας στις επιχειρησιακές πρακτικές για τις οργανωσιακές διαδικασίες είναι υψηλότερα των άλλων δύο επιμέρους κατηγοριών. Στις μεγάλες επιχειρήσεις, με 250 και πλέον εργαζόμενους, η σειρά διαφοροποιείται. Συγκεκριμένα, το 47,2% των μεγάλων επιχειρήσεων του πληθυσμού εφαρμόζει νέες μεθόδους οργάνωσης εργασίας & λήψης αποφάσεων, ωστόσο το ποσοστό των καινοτομιών στις επιχειρησιακές πρακτικές για τις οργανωσιακές διαδικασίες παραμένει υψηλό (46,3%).

Διάγραμμα 23. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με οργανωσιακή καινοτομία στις επιμέρους κατηγορίες ανά μέγεθος επιχείρησης, βάσει του αριθμού εργαζομένων, 2012-2014



Σε κλαδικό επίπεδο, η σειρά των επιμέρους κατηγοριών εφαρμογής οργανωσιακής καινοτομίας είναι ίδια, με μικρότερα ωστόσο ποσοστά στον τομέα της Βιομηχανίας σε σχέση με τον τομέα των Υπηρεσιών (Διάγραμμα 24).

Διάγραμμα 24. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με οργανωσιακή καινοτομία στις επιμέρους κατηγορίες ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, 2012-2014



1.4.2 Καινοτομία μάρκετινγκ

Στην καινοτομία μάρκετινγκ, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 25, οι περισσότερες επιχειρήσεις εισάγουν νέες μεθόδους προώθησης των προϊόντων (20,7%) ή/και προχωρούν σε μεταβολές αισθητικού χαρακτήρα στον σχεδιασμό ή στη συσκευασία των προϊόντων (19,5%). Λιγότερες είναι οι επιχειρήσεις που υλοποιούν καινοτόμες μεθόδους τιμολόγησης των προϊόντων (11,7%), καθώς και μεθόδους τοποθέτησης/πώλησης αυτών (7,9%).

Συγκριτικά με την περίοδο 2010-2012, σημειώνεται μικρή μείωση και στις τέσσερις κατηγορίες, η οποία είναι πιο εμφανής στις μεθόδους τιμολόγησης και στις μεθόδους τοποθέτησης/πώλησης των προϊόντων.

Καινοτομία μάρκετινγκ είναι η εφαρμογή μίας νέας στρατηγικής μάρκετινγκ, η οποία διαφέρει σημαντικά από τις υπάρχουσες μεθόδους μάρκετινγκ της επιχείρησης και δεν έχει χρησιμοποιηθεί στο παρελθόν.

Διακρίνονται τέσσερις επιμέρους κατηγορίες:

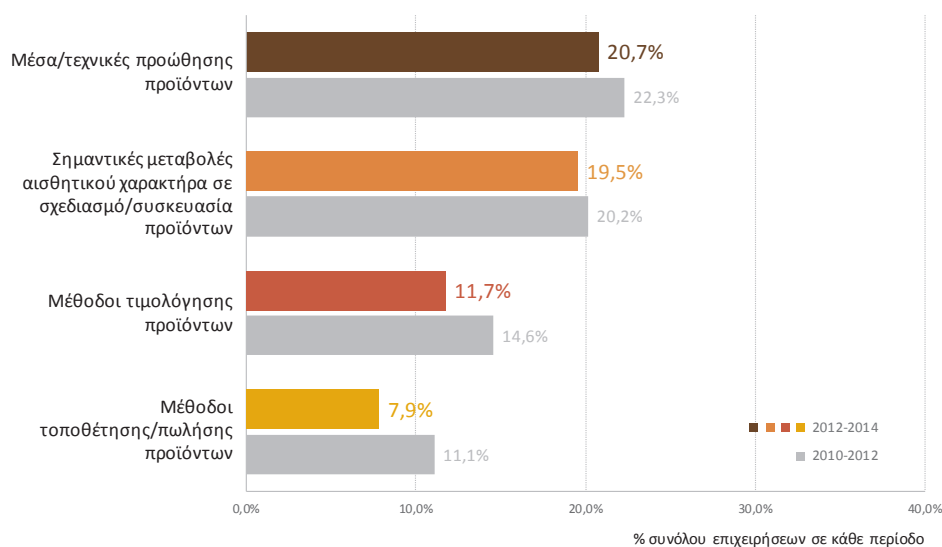
- Σημαντικές μεταβολές αισθητικού χαρακτήρα στον σχεδιασμό ή στη συσκευασία ενός αγαθού ή μίας υπηρεσίας.
- Νέα μέσα ή τεχνικές προώθησης προϊόντος.
- Νέες μέθοδοι τοποθέτησης ή πώλησης προϊόντος.
- Νέες μέθοδοι τιμολόγησης αγαθών ή υπηρεσιών.

Εξαιρούνται οι εποχικές, τακτικές και άλλες μεταβολές ρουτίνας στις μεθόδους μάρκετινγκ.

Μία επιχείρηση μπορεί να αναπτύσσει καινοτομίες σε περισσότερες από μία από τις παραπάνω κατηγορίες.*

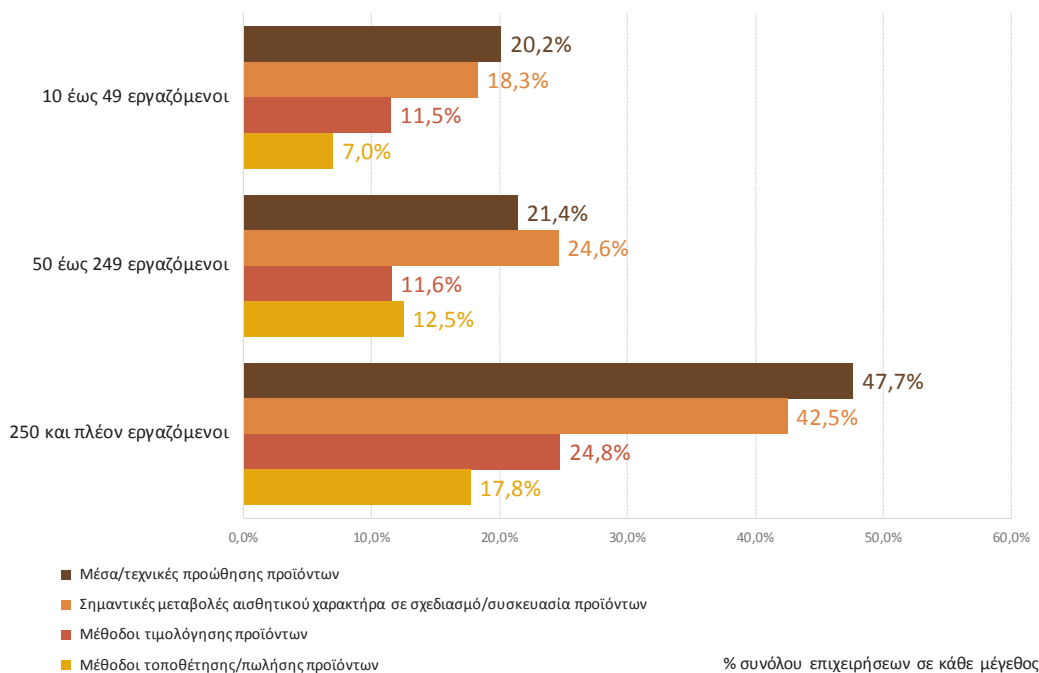
* Πηγή: OECD and Eurostat (2015), Oslo Manual, Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data

Διάγραμμα 25. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία μάρκετινγκ στις επιμέρους κατηγορίες, 2010-2012 και 2012-2014



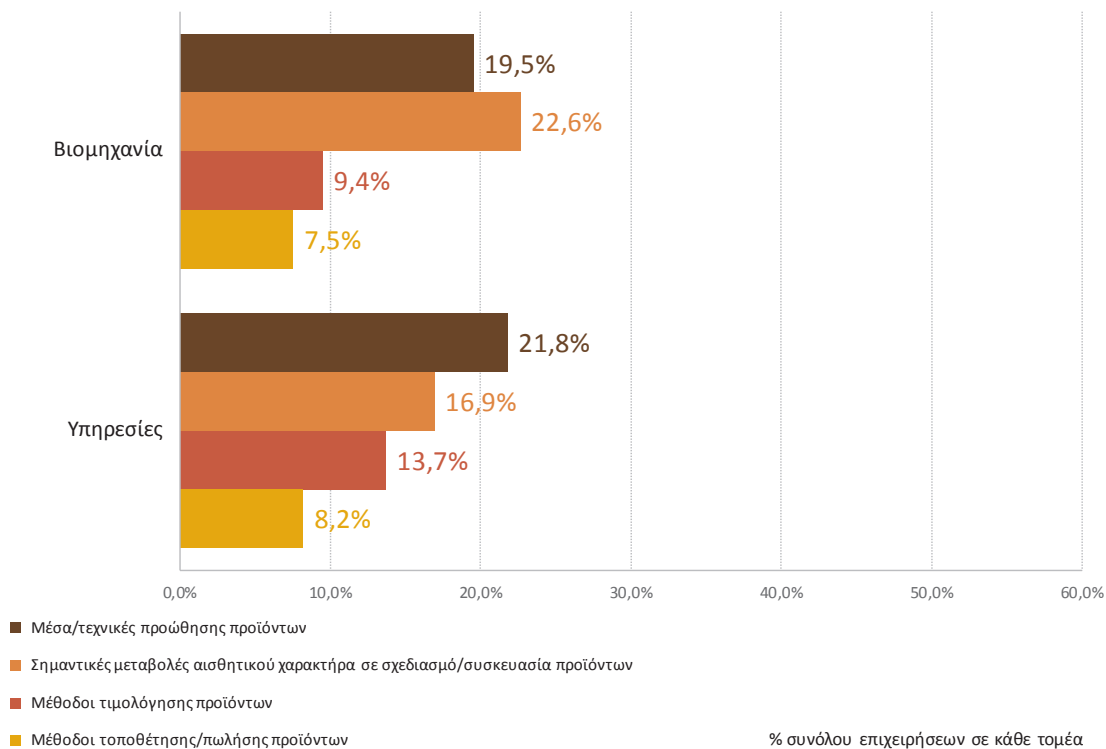
Οι νέες μέθοδοι προώθησης των προϊόντων αποτελούν την πρώτη σε ποσοστό κατηγορία καινοτομίας μάρκετινγκ για τις μικρές επιχειρήσεις με 10 έως 49 εργαζόμενους (20,2% των επιχειρήσεων αυτού του μεγέθους) και για τις μεγάλες, με 250 και πλέον εργαζόμενους (47,7% των επιχειρήσεων αυτού του μεγέθους). Στις επιχειρήσεις με 50 έως 249 εργαζόμενους, οι καινοτομίες που αφορούν στις σημαντικές μεταβολές αισθητικού χαρακτήρα σε σχεδιασμό/συσκευασία καταλαμβάνουν την πρώτη θέση (24,6% των επιχειρήσεων αυτού του μεγέθους) και έπονται οι καινοτομίες στα μέσα/τεχνικές προώθησης προϊόντων (21,4%) (Διάγραμμα 26).

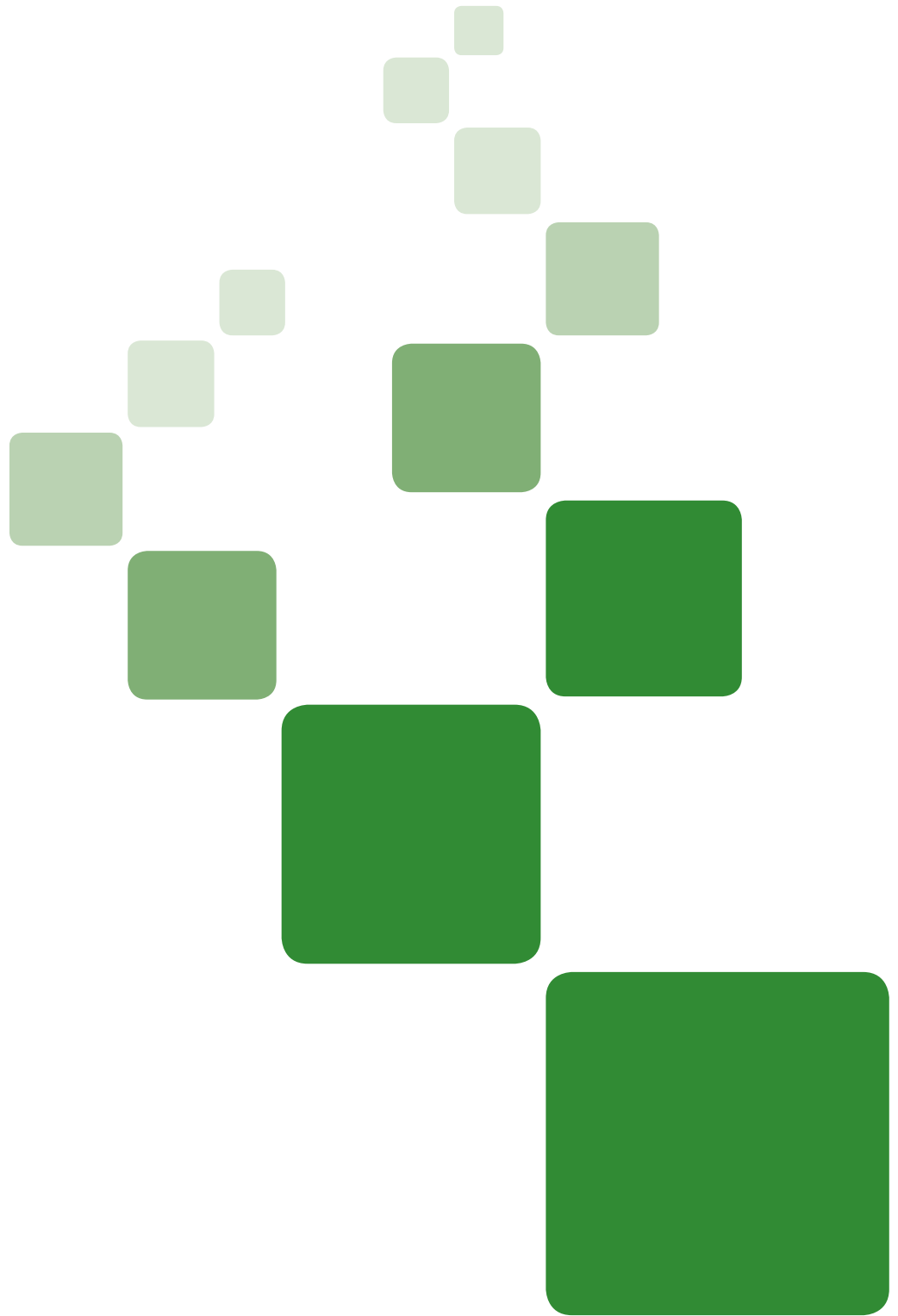
Διάγραμμα 26. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία μάρκετινγκ στις επιμέρους κατηγορίες ανά μέγεθος επιχείρησης, βάσει του αριθμού εργαζομένων, 2012-2014



Στον τομέα της Βιομηχανίας, οι επιχειρήσεις με καινοτομία μάρκετινγκ εφαρμόζουν κυρίως καινοτομίες στον σχεδιασμό/συσκευασία των προϊόντων (22,6%) και στα μέσα/τεχνικές προώθησης προϊόντων (19,5%). Στον τομέα των Υπηρεσιών, οι καινοτομίες στα μέσα/τεχνικές προώθησης προϊόντων καταλαμβάνουν την πρώτη θέση (21,8%), ενώ ακολουθούν οι καινοτομίες στον σχεδιασμό/συσκευασία των προϊόντων (16,9%) (Διάγραμμα 27).

Διάγραμμα 27. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία μάρκετινγκ στις επιμέρους κατηγορίες ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, 2012-2014





Ενότητα 2

Δραστηριότητες και παράγοντες για την εισαγωγή καινοτομίας προϊόντος ή / και διαδικασίας

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται οι επιδόσεις των ελληνικών επιχειρήσεων στις πλευρές που σχετίζονται με την ανάπτυξη καινοτομίας προϊόντος ή/και διαδικασίας. Λαμβάνοντας υπόψη τους εννοιολογικούς ορισμούς της καινοτομίας προϊόντος ή/και διαδικασίας, όπως προσδιορίζονται στην ενότητα 1.3.1 και 1.3.2, στην παρούσα ενότητα παρατίθενται οι δείκτες που αποτυπώνουν τις κυριότερες δραστηριότητες των επιχειρήσεων και τους παράγοντες που διευκολύνουν/εμποδίζουν αυτή την ανάπτυξη.

Πρώτος παράγοντας είναι οι δαπάνες που πραγματοποιούνται από τις επιχειρήσεις για την ανάπτυξη καινοτομίας προϊόντος ή/και διαδικασίας. Σχετιζόμενο είναι οι δραστηριότητες στις οποίες οι δαπάνες κατευθύνονται.

Δεύτερος παράγοντας είναι οι συνεργασίες που συνάπτουν οι επιχειρήσεις με άλλους φορείς στο πλαίσιο της ανάπτυξης καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας. Εδώ, λόγω της σημασίας της ανώτατης εκπαίδευσης στην παραγωγή νέας γνώσης, έμφαση δίνεται στη διερεύνηση του είδους της συνεργασίας που έχει αναπτυχθεί μεταξύ των δημόσιων τριτοβάθμιων ιδρυμάτων και της επιχειρηματικής πρωτοβουλίας.

Τρίτος παράγοντας είναι το ζήτημα της διανοητικής ιδιοκτησίας. Σε αυτή την υπό-ενότητα παρουσιάζονται οι προκρίμενοι τρόποι εκ μέρους των επιχειρήσεων για την προστασία του πνευματικού τους κεφαλαίου.

Τέλος, παρουσιάζεται η συμβολή του δημόσιου τομέα στην καινοτομική ανάπτυξη που είναι ιδιαίτερα σημαντική και έχει αναγνωριστεί διεθνώς ότι λαμβάνει χώρα διαμέσου των συμβάσεων προμηθειών που συνάπτει ο δημόσιος τομέας με τις επιχειρήσεις για αγαθά και υπηρεσίες αλλά και διά της δημόσιας χρηματοδότησης στο πλαίσιο διενέργειας έργων, επιδοτήσεων κ.λπ. Σε αυτή την υπό-ενότητα, παρουσιάζονται δείκτες που αποτυπώνουν τις καινοτομικές επιδόσεις προϊόντος ή/και διαδικασίας των ελληνικών επιχειρήσεων που προέκυψαν στο πλαίσιο τέτοιων δημόσιων χρηματοδοτήσεων.

2.1 Δαπάνες για καινοτομικές δραστηριότητες

Μεταξύ των διαφόρων δραστηριοτήτων που υποστηρίζουν την εισαγωγή καινοτομιών προϊόντος/διαδικασίας, οι περισσότερες επιχειρήσεις επενδύουν σε αγορά μηχανημάτων, εξοπλισμού, λογισμικού και κτιρίων (65,9%). Ακολουθούν, οι δραστηριότητες για τον σχεδιασμό των καινοτομιών (40,4%) και οι δραστηριότητες Έρευνας & Ανάπτυξης (E&A) εντός της επιχείρησης (40,2%).

Έπονται, οι δραστηριότητες κατάρτισης προσωπικού των επιχειρήσεων ως προς τις καινοτομίες που εισάγουν (36,9%), άλλες συναφείς δραστηριότητες (35,1%) και οι ενέργειες προώθησης/εισαγωγής καινοτομιών στην αγορά (34,5%).

Σε μικρότερο ποσοστό οι επιχειρήσεις επενδύουν στην απόκτηση εξωτερικής γνώσης από άλλες

Καινοτομικές δραστηριότητες για την εισαγωγή καινοτομιών προϊόντος ή / και διαδικασίας

- Ένδο-επιχειρησιακή Έρευνα και Ανάπτυξη (E&A).
- Εξω-επιχειρησιακή Έρευνα και Ανάπτυξη (E&A).
- Αγορά μηχανημάτων, εξοπλισμού, λογισμικού και κτιρίων.
- Απόκτηση εξωτερικής γνώσης από άλλες επιχειρήσεις ή οργανισμούς.
- Κατάρτιση για καινοτομικές δραστηριότητες.
- Ενέργειες προώθησης / εισαγωγής καινοτομιών στην αγορά.
- Σχεδιασμός: Ενδο-επιχειρησιακές, ή με ανάθεση σε τρίτους, δραστηριότητες για την αλλαγή του σχήματος, της εμφάνισης ή της χρηστικότητας των αγαθών ή υπηρεσιών
- Άλλες δραστηριότητες: Άλλες ενδο-επιχειρησιακές, ή με ανάθεση σε τρίτους, δραστηριότητες με σκοπό την εφαρμογή νέων ή σημαντικά βελτιωμένων προϊόντων και διαδικασιών, όπως μελέτες σκοπιμότητας, δοκιμές, αναβάθμιση μηχανικού εξοπλισμού (tooling up), βιομηχανικός σχεδιασμός κ.ά.*

* Πηγή: OECD and Eurostat (2015), Oslo Manual, Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data

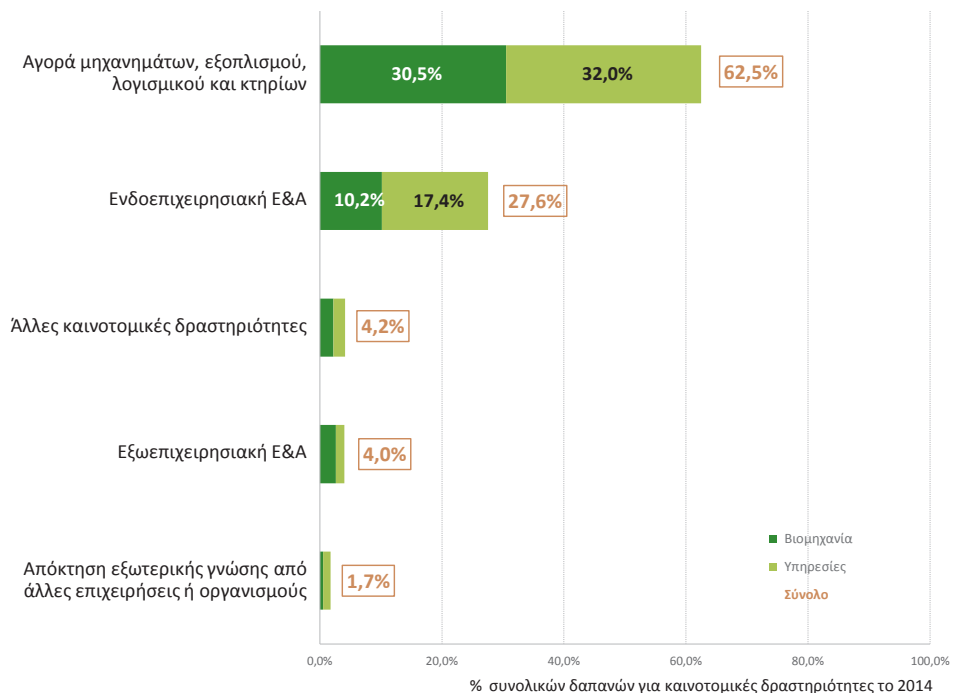
επιχειρήσεις/οργανισμούς (27%) και ακόμα λιγότερο στην ανάθεση E&A σε τρίτους φορείς για την ανάπτυξη των καινοτομιών τους (19,9%).

Διάγραμμα 28. Καινοτομικές δραστηριότητες και ποσοστό (%) επιχειρήσεων που τις εφαρμόζουν, 2012-2014



Οι δαπάνες για καινοτομικές δραστηριότητες το 2014 ανήλθαν στα **1,6 δισεκατομμύρια ευρώ**. Αυτές κυρίως αφορούν σε αγορά μηχανημάτων, εξοπλισμού, λογισμικού και κτηρίων (62,5% των συνολικών δαπανών). Μάλιστα, καταγράφεται περίπου το ίδιο ποσοστό επενδύσεων για τους δύο κύριους τομείς οικονομικής δραστηριότητας, Βιομηχανία και Υπηρεσίες. Ακολουθούν οι δαπάνες για ενδοεπιχειρησιακή E&A (27,6%). Εδώ, ο τομέας των Υπηρεσιών έχει σαφώς μεγαλύτερη συνεισφορά από τον τομέα της Βιομηχανίας. Αισθητά χαμηλότερα είναι τα ποσοστά δαπανών για τις υπόλοιπες δραστηριότητες (Διάγραμμα 29).

Διάγραμμα 29. Ποσοστιαία κατανομή (%) δαπανών στις επιμέρους κατηγορίες καινοτομικών δραστηριοτήτων, συνολικά και ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, 2014



Σημείωση: Οι άλλες καινοτομικές δραστηριότητες περιλαμβάνουν την κατάρτιση, τις ενέργειες προώθησης/εισαγωγής καινοτομιών στην αγορά, τον σχεδιασμό και άλλες συναφείς καινοτομικές δραστηριότητες.

2.2 Συνεργασίες για καινοτομικές δραστηριότητες

2.2.1 Φορείς συνεργασίας

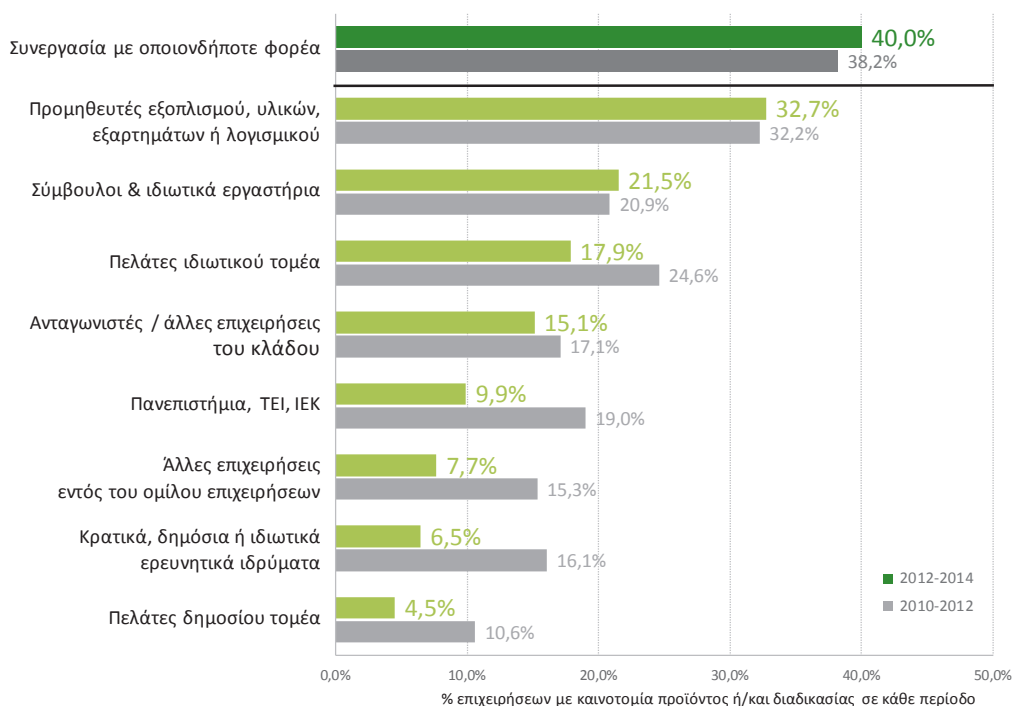
Την περίοδο 2012-2014, η ανάπτυξη καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας είναι αποτέλεσμα συνεργασίας για το 40% των επιχειρήσεων που καταγράφουν μια τέτοια καινοτομία, ποσοστό λίγο υψηλότερο από την περίοδο 2010-2012 (38,2%).

Ως κύριοι συνεργάτες παραμένουν οι προμηθευτές (εξοπλισμού, υλικών, λογισμικού) σε ποσοστό 32,7%, οι σύμβουλοι και τα ιδιωτικά εργαστήρια (21,5%), οι πελάτες από τον ιδιωτικό τομέα, σε ποσοστό 17,9%, οι ανταγωνιστές / άλλες επιχειρήσεις του κλάδου (15,1%) και τα Πανεπιστήμια, ΤΕΙ, ΙΕΚ (9,9%).

Ως συνεργασία νοείται η ενεργός συμμετοχή της επιχείρησης μαζί με άλλες επιχειρήσεις ή οργανισμούς σε καινοτομικές δραστηριότητες. Δεν είναι απαραίτητο και οι δύο εταίροι της συνεργασίας να έχουν εμπορικό όφελος.

Εξαιρείται η καθαρή ανάθεση εργασίας σε τρίτους χωρίς ενεργό συνεργασία της επιχείρησης.*

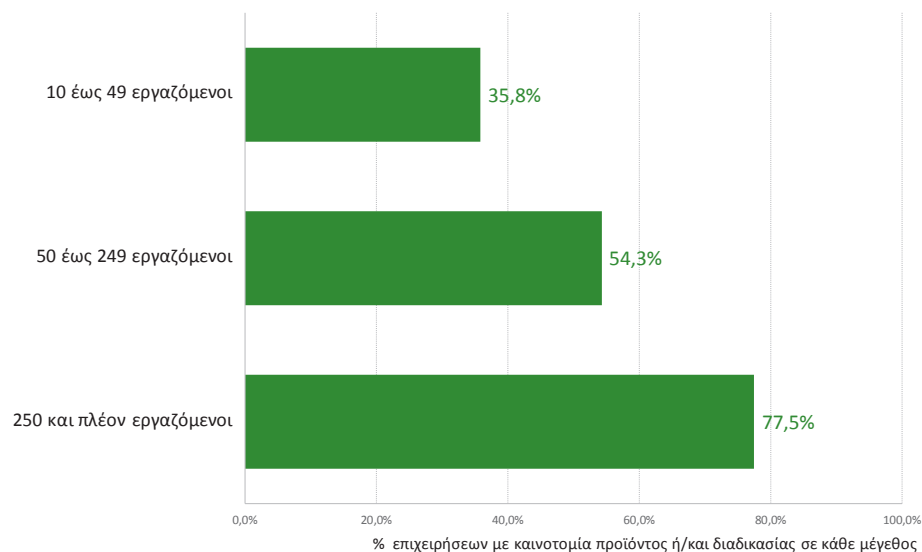
Διάγραμμα 30. Φορείς συνεργασίας και ποσοστό (%) επιχειρήσεων που συνεργάζεται με αυτούς, 2010-2012 και 2012-2014



Τα ποσοστά συνεργασίας είναι 35,8% για τις επιχειρήσεις που απασχολούν 10 έως 49 εργαζόμενους, 54,3% για τις επιχειρήσεις με 50 έως 249 εργαζόμενους και 77,5% για τις επιχειρήσεις 250 και πλέον εργαζόμενους (Διάγραμμα 31).

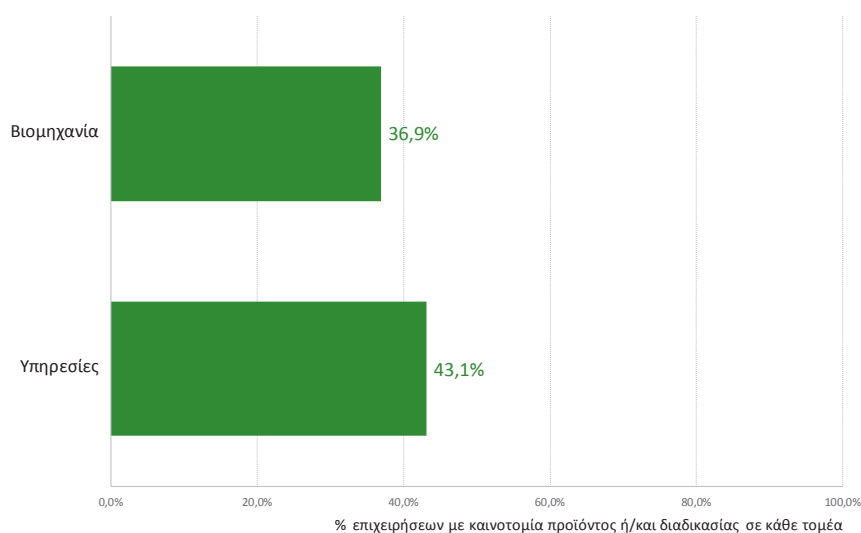
* Πηγή: OECD and Eurostat (2015), Oslo Manual, Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data

Διάγραμμα 31. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με συνεργασία (με οποιονδήποτε φορέα) ανά μέγεθος επιχείρησης, βάσει του αριθμού εργαζομένων, 2012-2014



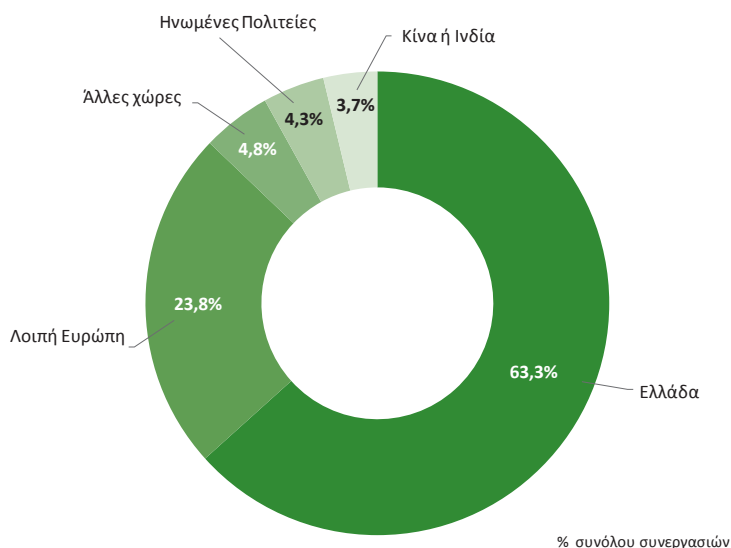
Σχετικά με τον τομέα οικονομικής δραστηριότητας, οι επιχειρήσεις με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας στον τομέα των Υπηρεσιών συνεργάζονται με άλλους φορείς σε ποσοστό 43,1% για την ανάπτυξη καινοτομιών, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό που αφορά στη Βιομηχανία είναι 36,9%.

Διάγραμμα 32. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με συνεργασία (με οποιονδήποτε φορέα) ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, 2012-2014



Ως προς τη γεωγραφική κατανομή των συνεργασιών που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας, σε ποσοστό 63,3% πραγματοποιούνται συνεργασίες με φορείς στην Ελλάδα και ακολουθούν με ποσοστό 23,8% οι συνεργασίες εντός της Ευρώπης. Λιγότερες είναι οι επιχειρήσεις που συνεργάζονται με φορείς στις Ηνωμένες Πολιτείες (4,3%), σε Κίνα/Ινδία (3,7%) και σε άλλες χώρες (4,8%).

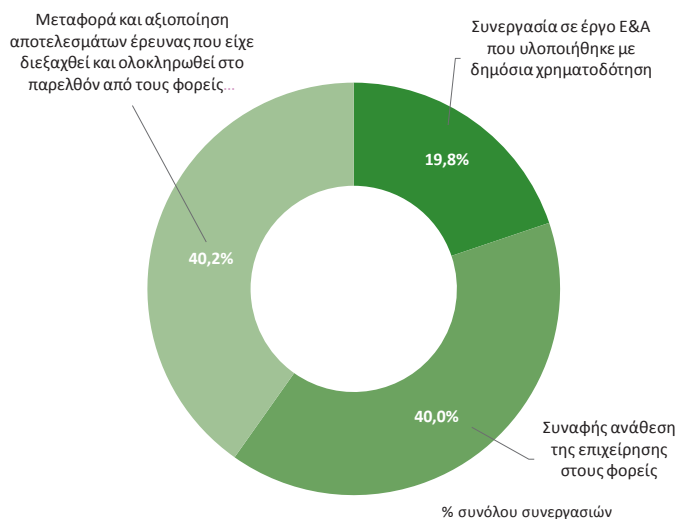
Διάγραμμα 33. Ποσοστιαία (%) κατανομή φορέων συνεργασίας ανά γεωγραφική περιοχή, 2012-2014



2.2.2 Συνεργασίες με Πανεπιστήμια, ΤΕΙ και Ερευνητικά Κέντρα

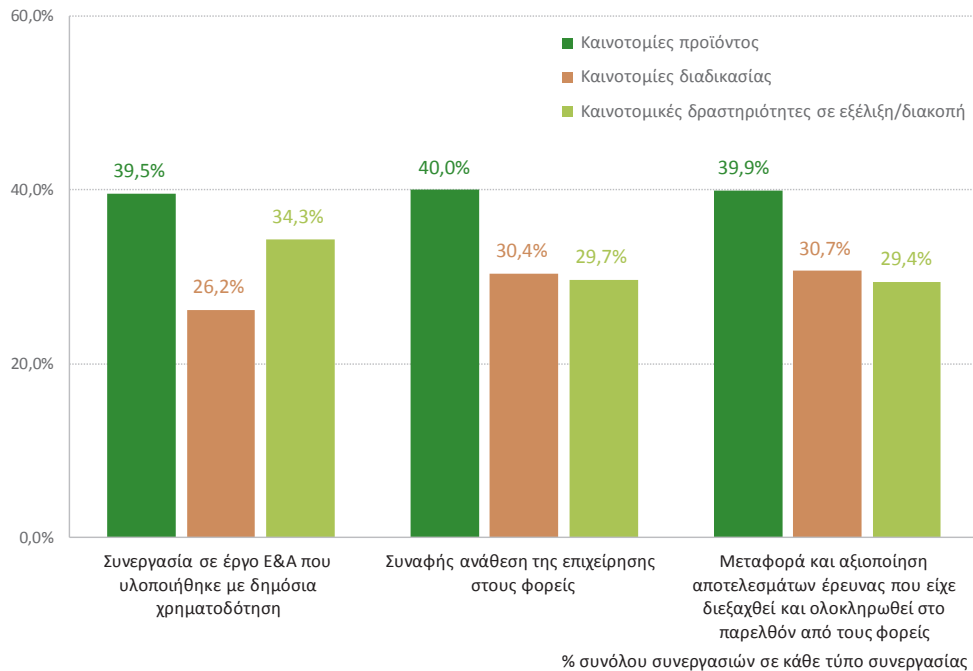
Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας, συνεργασία εντοπίζεται είτε στις περιπτώσεις των επιχειρήσεων που αξιοποιούν αποτελέσματα των φορέων Ε&Α (40,2% των επιχειρήσεων), είτε στις περιπτώσεις που οι επιχειρήσεις αναθέτουν στους φορείς Ε&Α τη διενέργεια νέων ερευνητικών δραστηριοτήτων για την παραγωγή καινοτόμων αποτελεσμάτων (40,0% των επιχειρήσεων). Ένα σημαντικό, αλλά μικρότερο, πλήθος συνεργασιών αφορά συνεργασίες που υλοποιήθηκαν στο πλαίσιο δημόσια χρηματοδοτούμενων έργων Ε&Α (Διάγραμμα 34). Η αποτύπωση του ποσοστού αλληλεπίδρασης των καινοτόμων επιχειρήσεων με Πανεπιστήμια, ΤΕΙ και Ερευνητικά Κέντρα είναι σημαντική παράμετρος για την ανάλυση του εθνικού συστήματος καινοτομίας.

Διάγραμμα 34. Ποσοστιαία (%) κατανομή συνεργασιών με Πανεπιστήμια, ΤΕΙ και Ερευνητικά Κέντρα, με βάση τον τύπο συνεργασίας, 2012-2014



Σε όλες τις περιπτώσεις η καινοτομία προϊόντος καταλαμβάνει το μεγαλύτερο ποσοστό, ενώ σχετικά σημαντικό είναι και το μερίδιο των συνεργασιών για καινοτομικές δραστηριότητες που βρίσκονταν σε εξέλιξη ή σε διακοπή το 2014.

Διάγραμμα 35. Ποσοστιαία (%) κατανομή τύπων συνεργασίας με Πανεπιστήμια, ΤΕΙ και Ερευνητικά Κέντρα, με βάση τον τύπο καινοτομίας / τις καινοτομικές δραστηριότητες που εφαρμόστηκαν, 2012-2014



2.3. Δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας και αδειοδότηση

Οι ελληνικές επιχειρήσεις με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας, χρησιμοποιούν, κατά κύριο λόγο, την κατοχύρωση εμπορικού σήματος ως μέσο προστασίας των διανοητικών τους δικαιωμάτων.

Το ποσοστό των επιχειρήσεων που την περίοδο 2012-2014 καινοτόμησε σε προϊόντα ή/και διαδικασίες και κατέθεσε αίτηση για κατοχύρωση εμπορικού σήματος, ανεξαρτήτως από το εάν συνδέεται με την καινοτομία που έχει εισαγάγει, ανέρχεται σε 16,1%.

Μικρότερο μέρος των επιχειρήσεων αυτών κατέθεσε αίτηση για δίπλωμα ευρεσιτεχνίας (3,3%) ή για κατοχύρωση βιομηχανικού σχεδίου (3,0%) ή τέλος, αίτηση για το Ευρωπαϊκό πιστοποιητικό υποδείγματος χρησιμότητας (1,5%).

Η διανοητική ιδιοκτησία (Intellectual Property -IP) είναι ένας όρος που αναφέρεται σε τύπους ιδιοκτησίας, όπως είναι οι εφευρέσεις, τα λογοτεχνικά και καλλιτεχνικά έργα, τα σχέδια, σύμβολα, ονόματα και εικόνες που χρησιμοποιούνται στο εμπόριο.

Τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας (Intellectual Property Rights -IPR) είναι ιδιωτικά νομικά δικαιώματα που προστατεύουν τις δημιουργίες αυτές.

Διακρίνονται οι ακόλουθοι τύποι διανοητικής ιδιοκτησίας:

Ευρεσιτεχνίες (patents): νέα επινοήματα που εμπεριέχουν εφευρετική δραστηριότητα και είναι επιδεκτικά βιομηχανικής εφαρμογής.

Υπόδειγμα Χρησιμότητας (utility model): άυλο αγαθό, χρονικά περιορισμένης διάρκειας. Το σχετικό πιστοποιητικό χορηγείται για τρισδιάστατα αντικείμενα, με καθορισμένο σχήμα και μορφή, που δίνουν λύση σε τεχνικό πρόβλημα και διαθέτουν τα χαρακτηριστικά του «νέου» και βιομηχανικά εφαρμόσιμου.

Βιομηχανικό σχέδιο (industrial design): η εξωτερικά ορατή εικόνα του συνόλου ή μέρους ενός βιομηχανικού ή βιοτεχνικού προϊόντος.

Εμπορικό σήμα (trademark): κάθε σημείο επιδεκτικό γραφικής παράστασης, ικανό να διακρίνει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες μιας επιχείρησης από εκείνα άλλων επιχειρήσεων.*

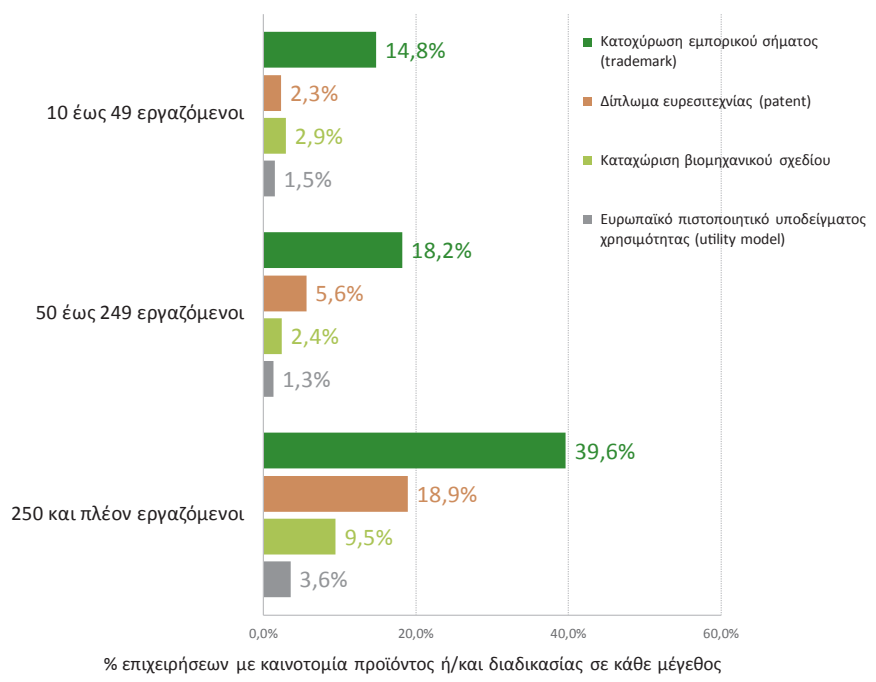
* Πηγές: <http://enterprise-hellas.gr/>, <https://www.iprhelpdesk.eu/>, <https://www.obi.gr/>, <http://gge.gov.gr/>

Διάγραμμα 36. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων που κατέθεσε αιτήσεις για δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας (IPR), 2012-2014

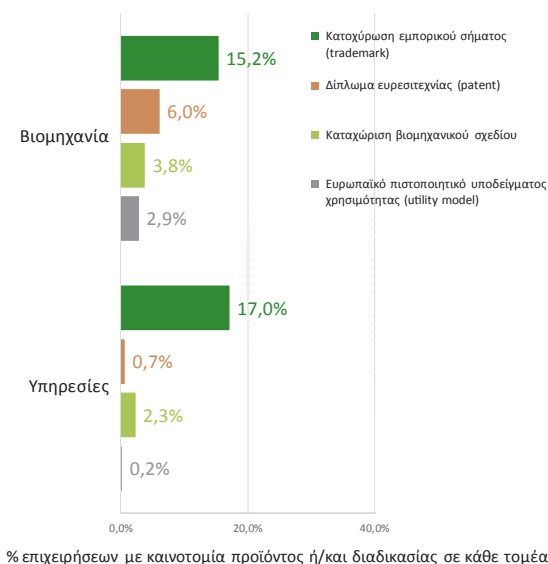


Αναλύοντας τις αιτήσεις για δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας με βάση το μέγεθος των επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας, διαπιστώνεται πως σε όλες τις περιπτώσεις οι επιχειρήσεις με περισσότερους από 250 εργαζομένους έχουν αυξημένη ή πολύ αυξημένη παρουσία σε σχέση με τις μεσαίες (50 έως 249 εργαζόμενοι) και τις μικρές επιχειρήσεις (10 έως 49 εργαζόμενοι) (Διάγραμμα 37).

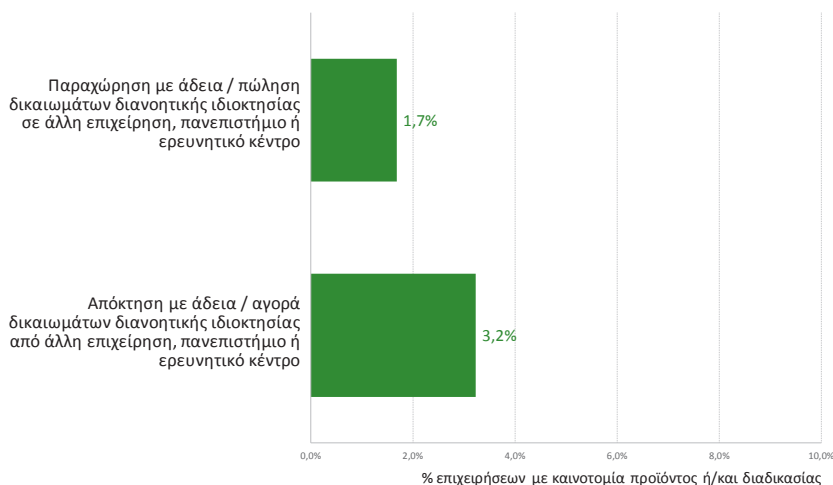
Διάγραμμα 37. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων που κατέθεσε αιτήσεις για δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας (IPR) ανά μέγεθος επιχείρησης, βάσει του αριθμού εργαζομένων, 2012-2014



Στον τομέα της Βιομηχανίας, το ποσοστό των επιχειρήσεων που κατέθεσε αίτηση για δίπλωμα ευρεσιτεχνίας ανέρχεται σε 6,0% και για ευρωπαϊκό πιστοποιητικό υποδείγματος χρησιμότητας σε 2,9%, ποσοστά κατά πολύ υψηλότερα των αντίστοιχων αιτήσεων του τομέα των Υπηρεσιών. Στον τομέα των Υπηρεσιών κυριαρχεί η κατοχύρωση εμπορικού σήματος με ποσοστό 17,0% (Διάγραμμα 38).

Διάγραμμα 38. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων που κατέθεσε αιτήσεις για δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας (IPR) ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, 2012-2014

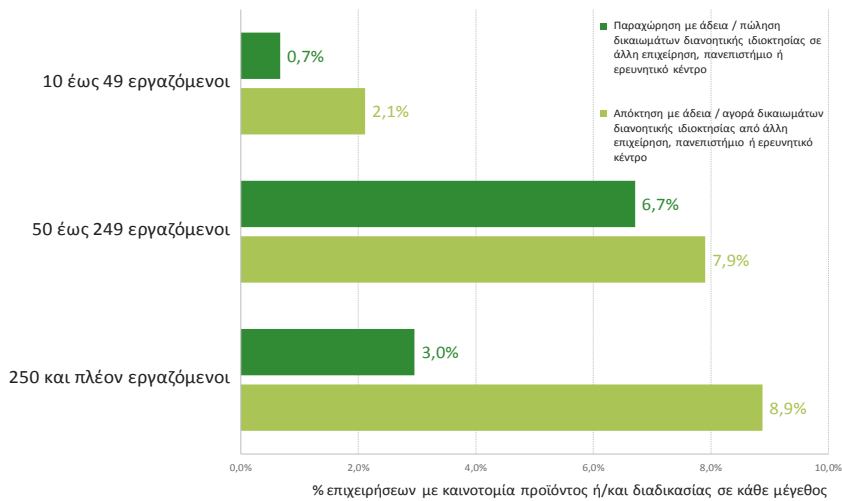
Όσον αφορά την πώληση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας από τις ελληνικές επιχειρήσεις, τα ποσοστά είναι χαμηλά, καθώς μόλις το 1,7% των επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας παραχώρησε άδεια ή πώλησε διπλώματα ευρεσιτεχνίας, δικαιώματα βιομηχανικού σχεδίου, πνευματικά δικαιώματα ή/και εμπορικά σήματα σε άλλη επιχείρηση, πανεπιστήμιο ή ερευνητικό κέντρο. Το ποσοστό επιχειρήσεων που προέβη στην απόκτηση άδειας ή την αγορά δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας είναι επίσης χαμηλό και ανέρχεται σε 3,2%.

Διάγραμμα 39. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων που πώλησε/παραχώρησε με άδεια ή/και αγόρασε/απέκτησε με άδεια δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας (IPR), 2012-2014

Στα Διαγράμματα 40 και 41 παρουσιάζονται τα ποσοστά των επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας, που πώλησαν/παραχώρησαν με άδεια ή αγόρασαν/απέκτησαν με άδεια δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας ανά μέγεθος της επιχείρησης και ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, αντίστοιχα.

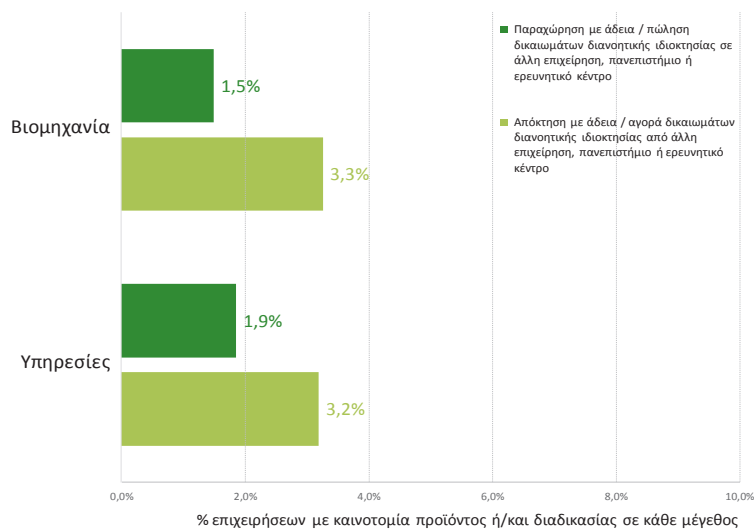
Σε όλες τις τάξεις μεγέθους, η αγορά/απόκτηση άδειας δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας υπερτερεί της πώλησης/παραχώρησης άδειας. Το μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων που πωλούν/παραχωρούν δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας (6,7%) καταγράφεται στη μεσαία τάξη μεγέθους (50 έως 249 εργαζόμενοι). Το μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων που αγοράζουν/αποκτούν δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας (8,9%) αφορά τις μεγάλες επιχειρήσεις (250 και πλέον εργαζόμενοι) ενώ υψηλό (7,9%) είναι το ποσοστό αυτό και στη μεσαία τάξη μεγέθους (50 έως 249 εργαζόμενοι).

Διάγραμμα 40. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων που πώλησε/παραχώρησε με άδεια ή/και αγόρασε/απέκτησε με άδεια δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας (IPR) ανά μέγεθος επιχείρησης, βάσει του αριθμού εργαζομένων, 2012-2014



Όσον αφορά τους τομείς οικονομικής δραστηριότητας, Βιομηχανία και Υπηρεσίες, δεν υπάρχουν σημαντικές διαφοροποιήσεις. Ο τομέας των Υπηρεσιών παρουσιάζει σχετικά υψηλότερο ποσοστό επιχειρήσεων στην πώληση/παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας έναντι του τομέα της Βιομηχανίας, ενώ τα ποσοστά που αφορούν την αγορά/απόκτηση είναι παρόμοια και στους δύο τομείς (Διάγραμμα 41).

Διάγραμμα 41. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων που πώλησε/παραχώρησε με άδεια ή/και αγόρασε/απέκτησε με άδεια δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας (IPR) ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, 2012-2014



2.4 Ο ρόλος του δημοσίου τομέα

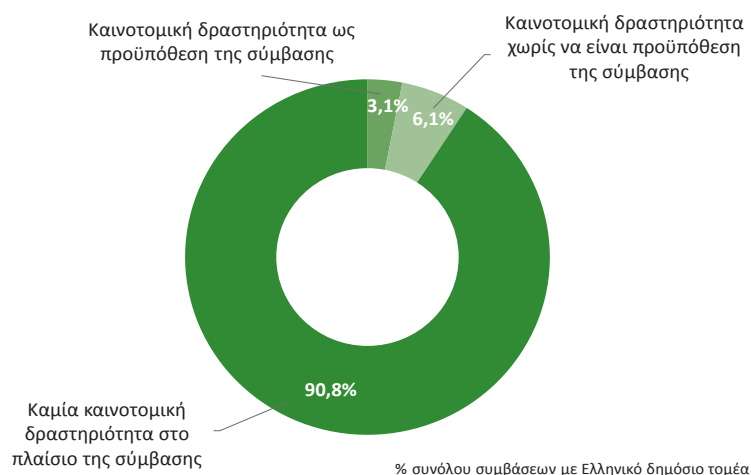
Ο ρόλος του δημοσίου τομέα, μέσω των συμβάσεων που συνάπτει με τις επιχειρήσεις για την προμήθεια αγαθών και υπηρεσιών,² αλλά και διά της δημόσιας χρηματοδότησης στο πλαίσιο διενέργειας έργων, στοχευμένων επιδοτήσεων κ.λπ., αναγνωρίζεται διεθνώς ως ιδιαίτερα σημαντικός για τη μόχλευση της καινοτομίας. Στη συνέχεια της ενότητας παρουσιάζονται τα στοιχεία που αφορούν την υλοποίηση καινοτομιών στο πλαίσιο των συμβάσεων με τον δημόσιο τομέα, καθώς και έργων με δημόσια χρηματοδότηση.

² Ο δημόσιος τομέας περιλαμβάνει τους φορείς γενικής κυβέρνησης, όπως τα υπουργεία, τις περιφερειακές και τοπικές αρχές και τις υπηρεσίες τους, τους οργανισμούς δημοσίου δικαίου, τις δημόσιες επιχειρήσεις, όπως ΔΕΗ ΑΕ, ΟΑΣΑ ΑΕ, τα κοινωφελή ιδρύματα δημοσίου και άλλους φορείς ιδιωτικού δικαίου που χρηματοδοτούνται από τους προαναφερθέντες δημόσιους φορείς

2.4.1 Συμβάσεις δημόσιου τομέα και καινοτομία

Την περίοδο 2012-2014, ποσοστό 24,7% των επιχειρήσεων του πληθυσμού της έρευνας, υλοποίησε συμβάσεις με τον ελληνικό δημόσιο τομέα. Από αυτές, μόλις το 3,1% υλοποίησε καινοτομικές δραστηριότητες ως προϋπόθεση της σύμβασης, ενώ ποσοστό 6,1% δηλώνει πως υλοποίησε καινοτομικές δραστηριότητες χωρίς αυτές να είναι προϋπόθεση της σύμβασης. Το συντριπτικά μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων που πραγματοποιήσε συμβάσεις με τον ελληνικό δημόσιο τομέα δεν υλοποίησε καμία καινοτομική δραστηριότητα (90,8%).

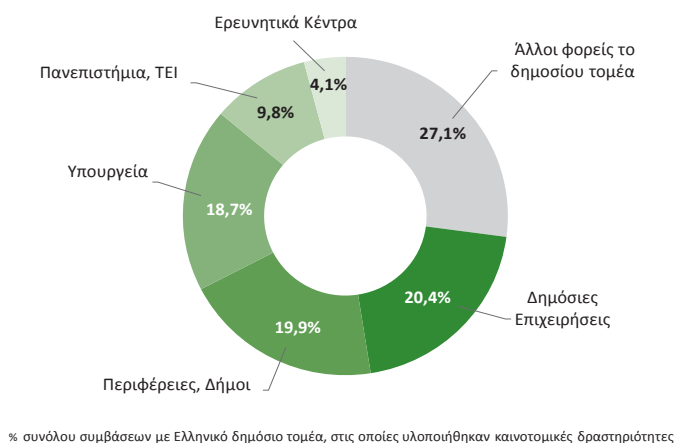
Διάγραμμα 42. Καινοτομικές δραστηριότητες στις συμβάσεις με τον Ελληνικό δημόσιο τομέα, 2012-2014 (%)



Υψηλότερα είναι τα ποσοστά των ελληνικών επιχειρήσεων που υλοποίησαν καινοτομίες στο πλαίσιο συμβάσεων με φορείς του δημόσιου τομέα άλλων χωρών. Αναλυτικότερα, ποσοστό 15,7% υλοποίησε καινοτομικές δραστηριότητες ως προϋπόθεση της σύμβασης και ποσοστό 11,6% χωρίς να είναι προϋπόθεση της σύμβασης.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των συμβάσεων με τον Ελληνικό δημόσιο τομέα στις οποίες υλοποιήθηκαν καινοτομικές δραστηριότητες, αφορά σε συμβάσεις με δημόσιες επιχειρήσεις (20,4%), ως αναθέτουσες αρχές. Με μικρή διαφορά ακολουθούν οι συμβάσεις με Περιφέρειες-Δήμους (19,9%), με Υπουργεία (18,7%) ενώ οι συμβάσεις με Πανεπιστήμια, ΤΕΙ και Ερευνητικά Κέντρα έπονται με χαμηλότερα ποσοστά (Διάγραμμα 43).

Διάγραμμα 43. Ποσοστιαία (%) κατανομή επιχειρήσεων με συμβάσεις, στις οποίες υλοποιήθηκαν καινοτομικές δραστηριότητες, με βάση την αναθέτουσα αρχή των συμβάσεων αυτών, 2012-2014

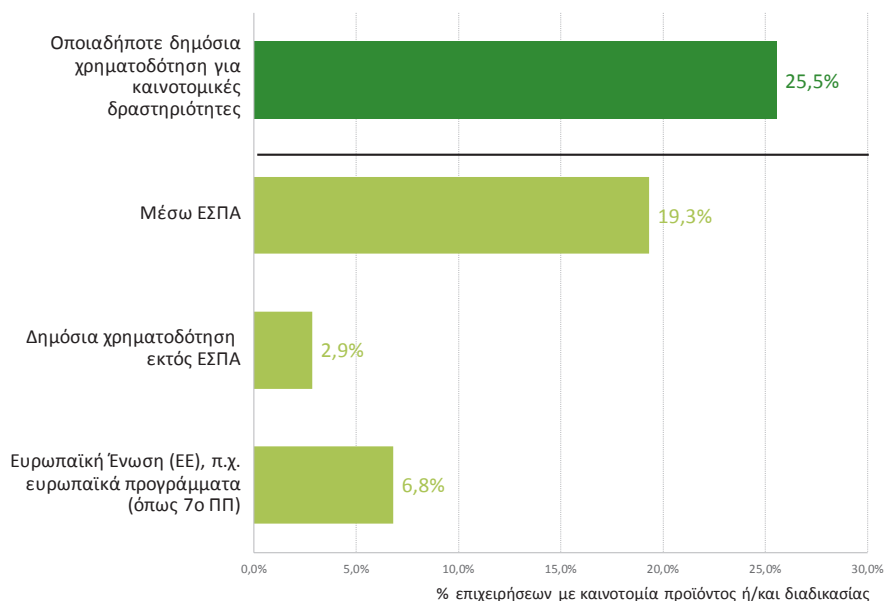


2.4.2 Δημόσια οικονομική υποστήριξη για καινοτομικές δραστηριότητες

Η δημόσια χρηματοδότηση αποδεικνύεται πως αποτελεί σημαντική παράμετρο που υποβοηθά την καινοτομία στις επιχειρήσεις, αφού το 25,5% των επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας έχει λάβει

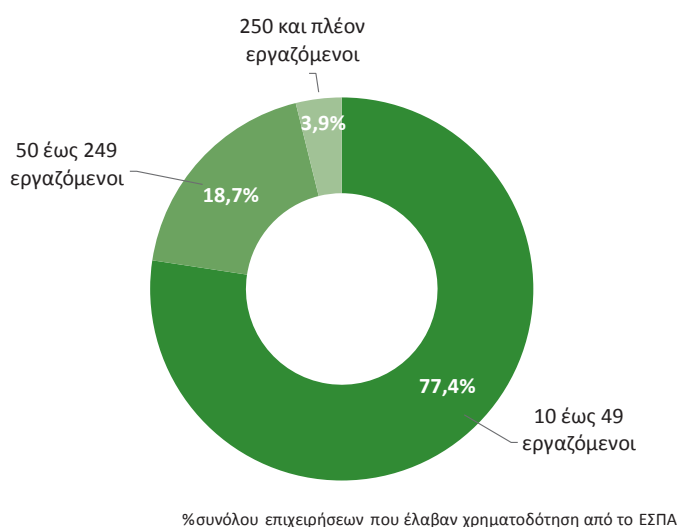
κάποια μορφή δημόσιας χρηματοδότησης για τη διενέργεια καινοτομικών δραστηριοτήτων. Σε αυτό το πλαίσιο, οι πόροι του ΕΣΠΑ αποτελούν τη σημαντικότερη πηγή δημόσιας χρηματοδότησης καθώς το συνολικό ποσοστό των επιχειρήσεων που καινοτόμησαν σε προϊόντα ή/και διαδικασίες, έχοντας λάβει χρηματοδότηση μέσω ΕΣΠΑ ανέρχεται σε 19,3%. Η Ευρωπαϊκή Ένωση χρηματοδότησε, μέσω κυρίως των Προγραμμάτων Πλαίσιο για την έρευνα, το 6,8% των επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας για την περίοδο 2012-2014 (Διάγραμμα 44).

Διάγραμμα 44. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων που έλαβαν χρηματοδότηση για τις καινοτομικές τους δραστηριότητες, 2012-2014

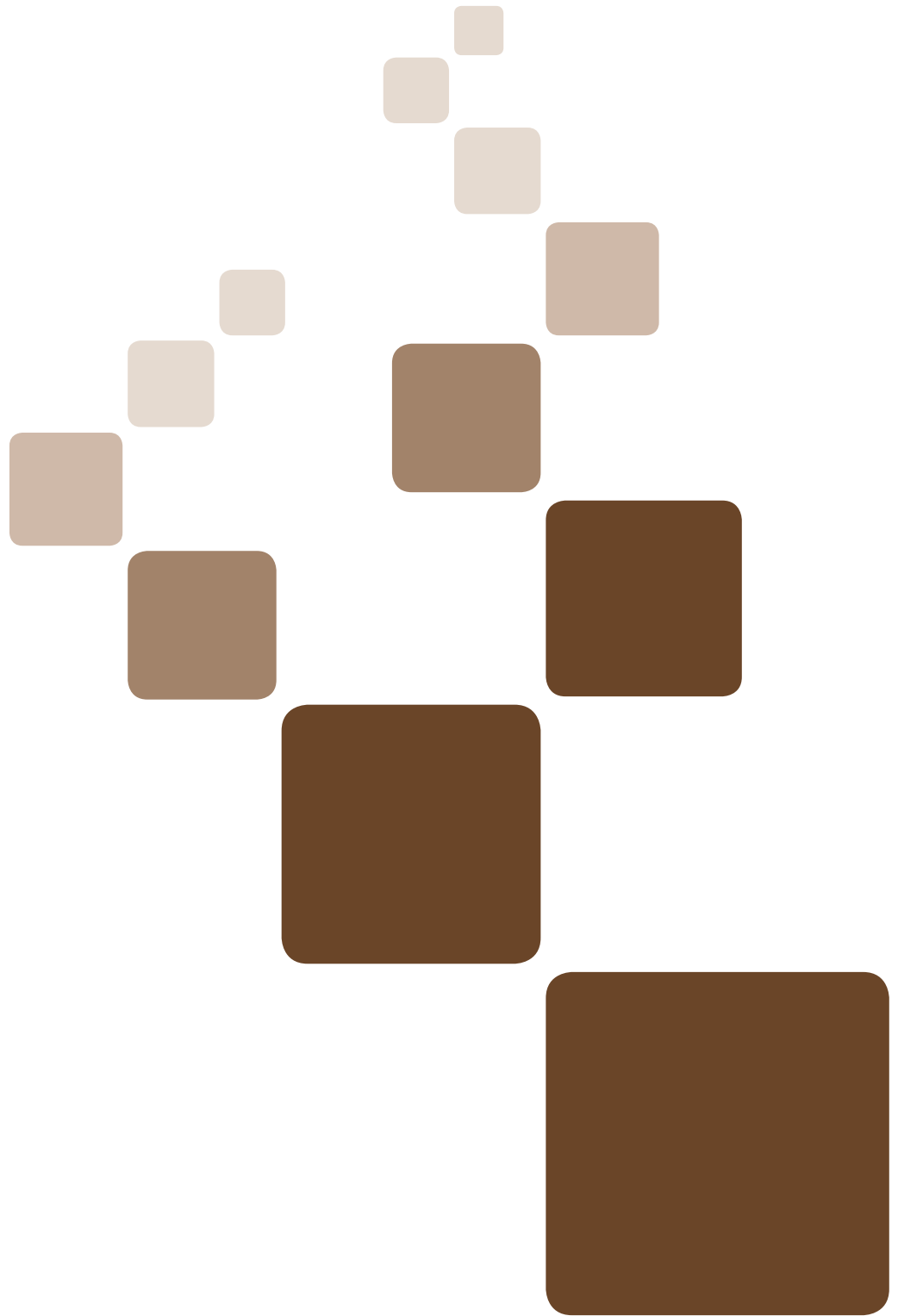


Αναλύοντας το μέγεθος των επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας που έλαβαν χρηματοδότηση από το ΕΣΠΑ για τις καινοτομικές τους δραστηριότητες, το 77,4% ανήκει στις επιχειρήσεις με 10 έως 49 εργαζόμενους, 18,7% στις επιχειρήσεις με 50 έως 249 εργαζόμενους και 3,9% στις μεγάλες επιχειρήσεις, με 250 και πλέον εργαζόμενους.

Διάγραμμα 45. Ποσοστιαία (%) κατανομή επιχειρήσεων που χρηματοδοτήθηκαν μέσω ΕΣΠΑ³ για τις καινοτομικές τους δραστηριότητες, ανά μέγεθος επιχείρησης, βάσει του αριθμού εργαζομένων, 2012-2014



³ Επισημαίνεται ότι τα στοιχεία αφορούν τον πληθυσμό της έρευνας για την Καινοτομία στις επιχειρήσεις και συγκεκριμένα τις επιχειρήσεις με 10 εργαζόμενους και άνω με δραστηριότητα στους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας (NACE rev2) που αναφέρονται στην «Ενότητα 6: Μεθοδολογικές Σημειώσεις». Δεν αφορούν το σύνολο των επιχειρήσεων που χρηματοδοτήθηκαν μέσω ΕΣΠΑ.



Ενότητα 3

Περιβαλλοντική καινοτομία

Σε αυτήν την ενότητα παρουσιάζονται οι επιχειρήσεις που καταγράφουν την εισαγωγή μίας καινοτομίας (προϊόντος, διαδικασίας, μεθόδου μάρκετινγκ και οργανωσιακής μεθόδου) που δημιούργησε περιβαλλοντικά οφέλη.

Από το σύνολο των ελληνικών καινοτόμων επιχειρήσεων για την περίοδο 2012-2014, σχεδόν οι μισές (47,3%) ήταν περιβαλλοντικά καινοτόμες, καθώς αναφέρουν ότι προχώρησαν στην εισαγωγή καινοτομιών (προϊόντος, διαδικασίας, μεθόδου μάρκετινγκ και οργανωσιακής μεθόδου) που δημιούργησαν περιβαλλοντικά οφέλη.

Μία καινοτομία με περιβαλλοντικά οφέλη είναι ένα νέο ή σημαντικά βελτιωμένο προϊόν (αγαθό ή υπηρεσία), μία νέα ή σημαντικά βελτιωμένη διαδικασία, οργανωσιακή μέθοδος ή μέθοδος μάρκετινγκ που δημιουργεί περιβαλλοντικά οφέλη σε σύγκριση με άλλες εναλλακτικές.

Τα περιβαλλοντικά οφέλη μπορεί να αποτελούν τον κύριο στόχο της καινοτομίας ή να προκύπτουν ως υποπροϊόν άλλων στόχων.

Επιπλέον, μπορεί να προκύψουν είτε κατά τη διάρκεια της παραγωγής ενός αγαθού ή μίας υπηρεσίας, είτε κατά τη διάρκεια της κατανάλωσης ή χρήσης από τον τελικό χρήστη του προϊόντος.*

3.1 Καινοτομίες με περιβαλλοντικά οφέλη

Το 86,2% του συνόλου των περιβαλλοντικά καινοτόμων επιχειρήσεων καταγράφει οφέλη εντός της επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα, τα περιβαλλοντικά οφέλη που προέκυψαν αφορούν τη μειωμένη κατανάλωση ενέργειας ή τη μείωση του αποτυπώματος CO₂ (49%), την ανακύκλωση αποβλήτων, νερού ή/και υλικών για ίδια χρήση ή πώληση (44,6%), τη μειωμένη ηχορύπανση, ρύπανση νερού, εδάφους ή/και αέρα (35,7%), την κατανάλωση λιγότερων πρώτων υλών ή νερού (35,6%) και τη χρήση λιγότερο επικίνδυνων ή ρυπογόνων υλικών (35,3%). Πολύ μικρότερη είναι η έμφαση στις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας καθώς μόλις το 10% των περιβαλλοντικά καινοτόμων επιχειρήσεων καταγράφει οφέλη από την αντικατάσταση ορυκτών πηγών ενέργειας με ανανεώσιμες.

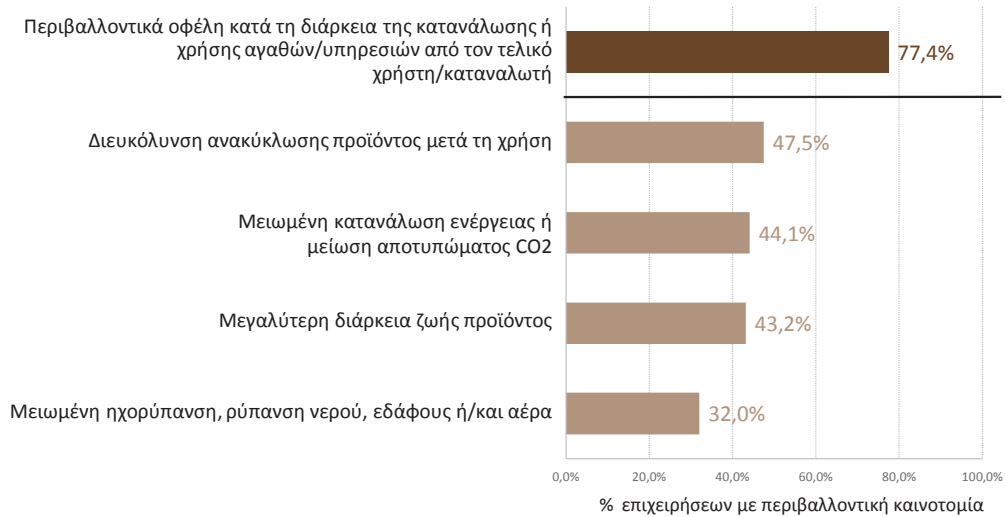
Διάγραμμα 46. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με περιβαλλοντικά οφέλη εντός της επιχείρησης, 2012-2014



* Πηγή: Eurostat, CIS2014 Model Questionnaire

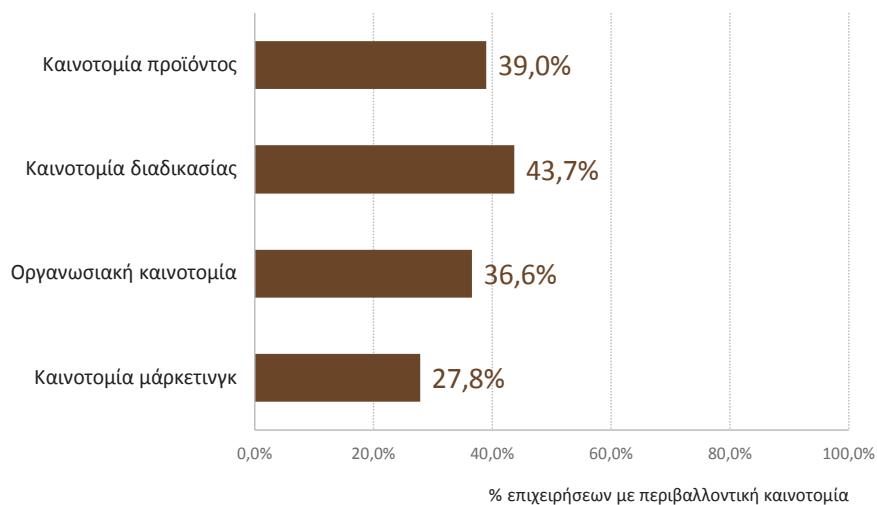
Αντίστοιχα, το 77,4% των περιβαλλοντικά καινοτόμων επιχειρήσεων καταγράφει περιβαλλοντικά οφέλη που προέκυψαν κατά τη διάρκεια της κατανάλωσης ή χρήσης των αγαθών και υπηρεσιών από τον τελικό χρήστη/καταναλωτή. Πιο συγκεκριμένα, το 47,5% των περιβαλλοντικά καινοτόμων επιχειρήσεων αναφέρει ότι η εισαγωγή καινοτομιών διευκόλυνε την ανακύκλωση προϊόντος μετά τη χρήση, το 44,1% τη μειωμένη κατανάλωση ενέργειας ή τη μείωση του αποτυπώματος CO₂, το 43,2% τη μεγαλύτερη διάρκεια ζωής του προϊόντος και το 32% τη μειωμένη ηχορύπανση, ρύπανση νερού, εδάφους ή/και αέρα (Διάγραμμα 47).

Διάγραμμα 47. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με περιβαλλοντικά οφέλη κατά τη διάρκεια της κατανάλωσης ή χρήσης αγαθών/υπηρεσιών από τον τελικό χρήστη/καταναλωτή, 2012-2014



Οι επιχειρήσεις αναφέρουν ότι περιβαλλοντικά οφέλη προέκυψαν από καινοτομίες κάθε τύπου (προϊόντος, διαδικασίας, οργανωσιακής μεθόδου και μεθόδου μάρκετινγκ). Το μεγαλύτερο ποσοστό (43,7%) των περιβαλλοντικά καινοτόμων επιχειρήσεων δήλωσε περιβαλλοντικά οφέλη που προέκυψαν από την εφαρμογή καινοτομιών σε διαδικασίες. Ακολουθούν οι καινοτομίες σε προϊόντα (39%), οι οργανωσιακές καινοτομίες (36,6%) και οι καινοτομίες στο μάρκετινγκ (27,8%) (Διάγραμμα 48).

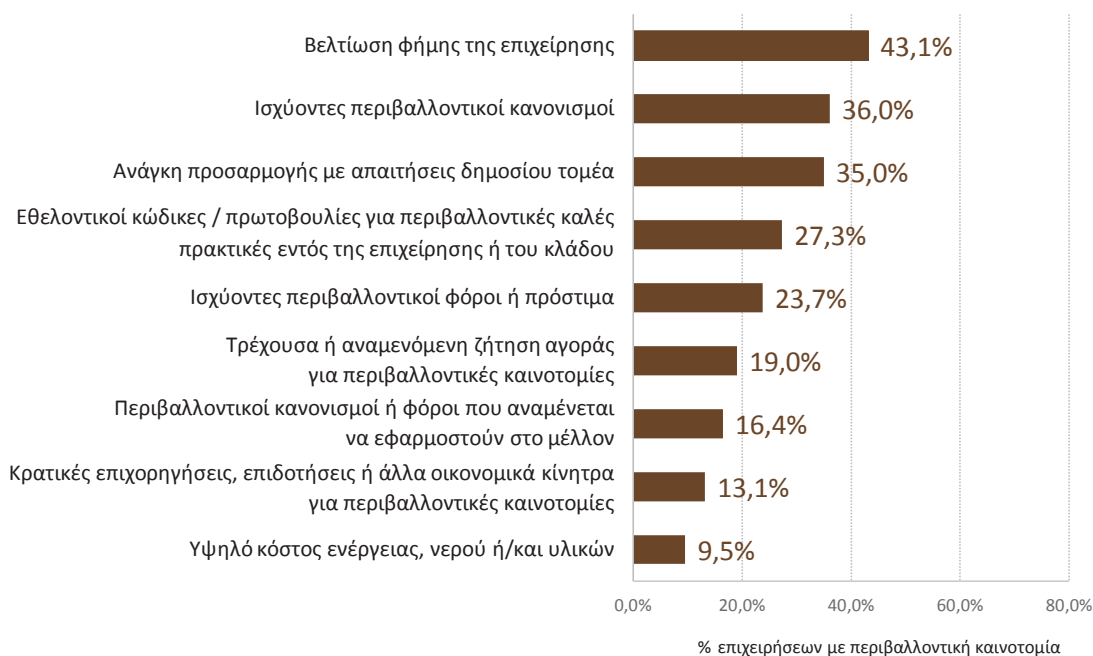
Διάγραμμα 48. Τύποι καινοτομίας (προϊόντος, διαδικασίας, οργανωσιακή και μάρκετινγκ) από τους οποίους προέκυψαν περιβαλλοντικά οφέλη και ποσοστό (%) επιχειρήσεων, 2012-2014

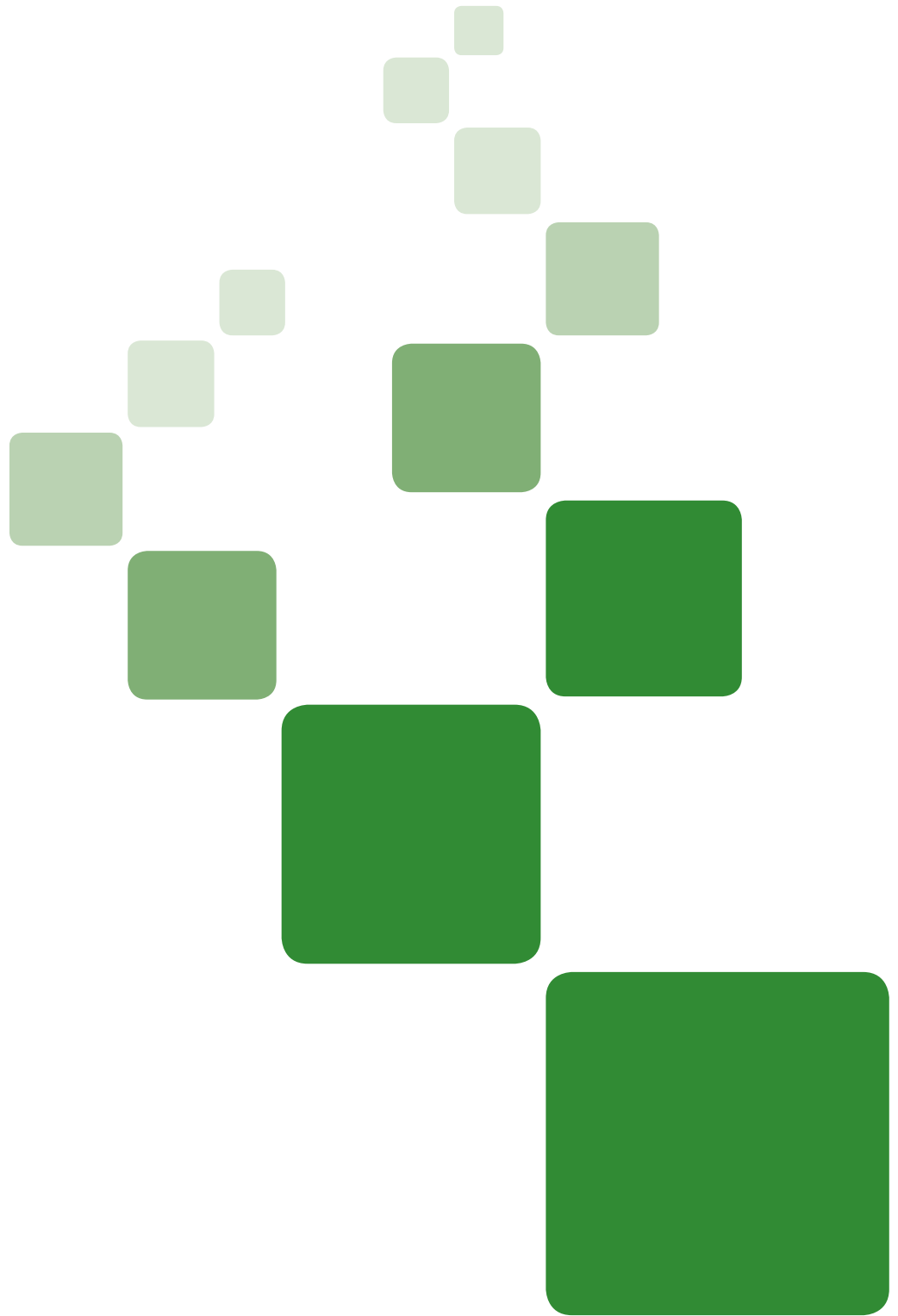


3.2 Παράγοντες που ωθούν στην εισαγωγή καινοτομιών με περιβαλλοντικά οφέλη

Από το σύνολο των περιβαλλοντικά καινοτόμων επιχειρήσεων, το 43,1% έκρινε τη βελτίωση της φήμης της επιχείρησης ως πολύ σημαντικό παράγοντα για την εισαγωγή καινοτομιών με περιβαλλοντικά οφέλη. Ακολουθούν οι ισχύοντες περιβαλλοντικοί κανονισμοί (36%), η ανάγκη προσαρμογής με τις απαιτήσεις του δημοσίου τομέα (35%), οι εθελοντικοί κώδικες ή πρωτοβουλίες για περιβαλλοντικές καλές πρακτικές εντός της επιχείρησης ή του κλάδου (27,3%), καθώς και οι ισχύοντες περιβαλλοντικοί φόροι ή πρόστιμα (23,7%) (Διάγραμμα 49).

Διάγραμμα 49. Παράγοντες εισαγωγής καινοτομιών με περιβαλλοντικά οφέλη και ποσοστό επιχειρήσεων (%), 2012-2014





Ενότητα 4

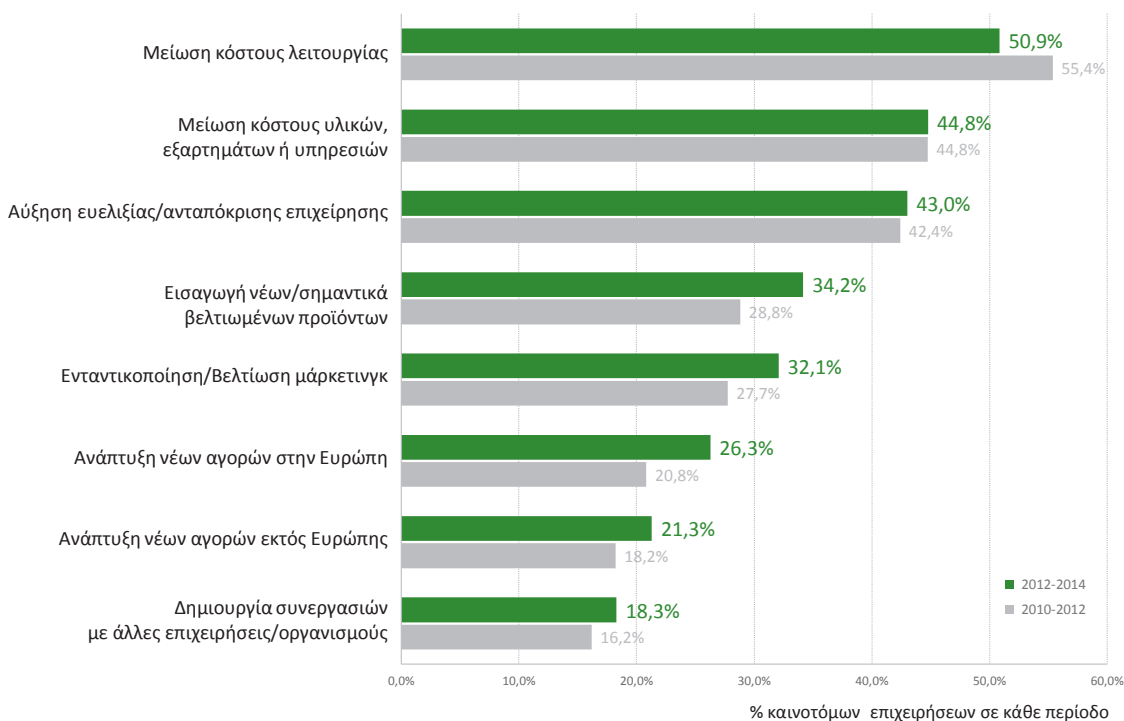
Ανάπτυξη καινοτομίας

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζεται το περιβάλλον ανάπτυξης της καινοτομίας μέσα από τις στρατηγικές και τα εμπόδια που καταγράφουν οι καινοτόμες επιχειρήσεις στην περίοδο 2012 - 2014. Παρουσιάζονται επίσης οι λόγοι για τους οποίους οι μη καινοτόμες επιχειρήσεις δεν υλοποίησαν κάποια καινοτομία στην τριετία αυτή, επισημαίνοντας τα επιμέρους εμπόδια.

4.1 Στρατηγικές καινοτόμων επιχειρήσεων

Η μείωση του κόστους λειτουργίας, καθώς και η μείωση του κόστους υλικών, εξαρτημάτων ή υπηρεσιών, αποτελούν τις βασικές στρατηγικές των καινοτόμων επιχειρήσεων με ποσοστό 50,9% και 44,8%, αντιστοίχως. Ακολουθεί η αύξηση της ευελιξίας/ανταπόκρισης της επιχείρησης με ποσοστό 43%, η εισαγωγή νέων/σημαντικά βελτιωμένων προϊόντων (34,2%) και η εντατικοποίηση/βελτίωση του μάρκετινγκ (32,1%). Ενδιαφέρον έχει ότι αυτές οι επιχειρηματικές στρατηγικές είχαν ιεραρχηθεί με την ίδια σειρά και για την περίοδο 2010 - 2012 (Διάγραμμα 50).

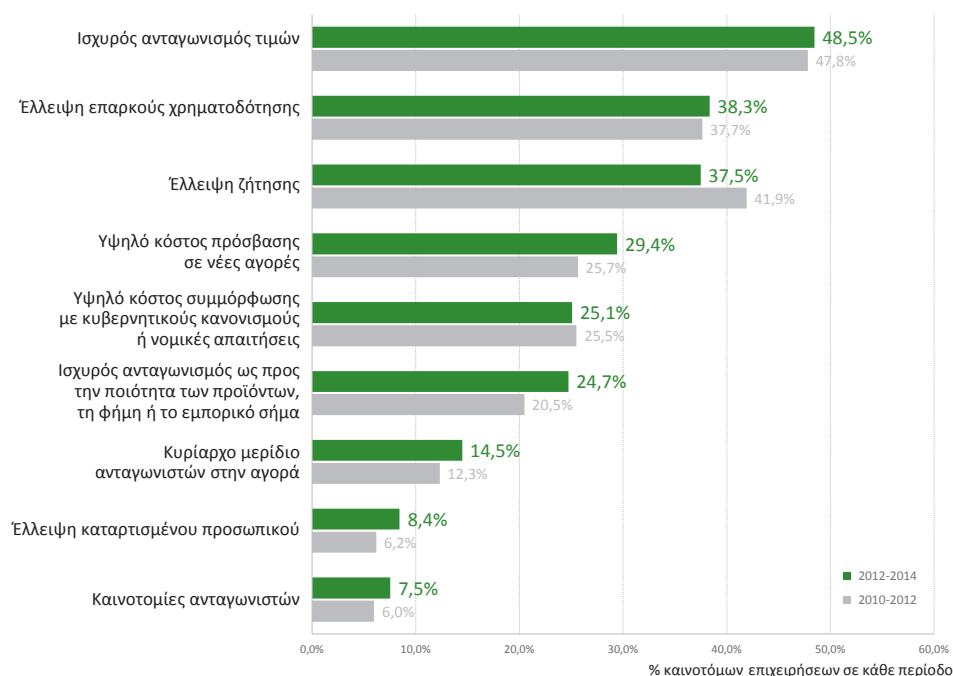
Διάγραμμα 50. Στρατηγικές καινοτόμων επιχειρήσεων και ποσοστό (%) επιχειρήσεων που τις εφαρμόζει, 2010-2012 και 2012-2014



4.2 Εμπόδια καινοτόμων επιχειρήσεων

Τα κυριότερα εμπόδια των καινοτόμων επιχειρήσεων είναι ο ισχυρός ανταγωνισμός τιμών και η έλλειψη επαρκούς χρηματοδότησης με ποσοστό 48,5% και 38,3%, αντιστοίχως. Ακολουθούν η έλλειψη ζήτησης (37,5%), το υψηλό κόστος πρόσβασης σε νέες αγορές (29,4%), το υψηλό κόστος συμμόρφωσης με τους κυβερνητικούς κανονισμούς (25,1%), και ο ισχυρός ανταγωνισμός (24,7%), ενώ έπονται και άλλα εμπόδια με χαμηλότερα ποσοστά. Η ιεράρχηση των εμποδίων των καινοτόμων επιχειρήσεων παραμένει η ίδια, όπως την περίοδο 2010-2012, με την έλλειψη ζήτησης, ωστόσο, να υποχωρεί από τη δεύτερη στην τρίτη θέση (Διάγραμμα 51).

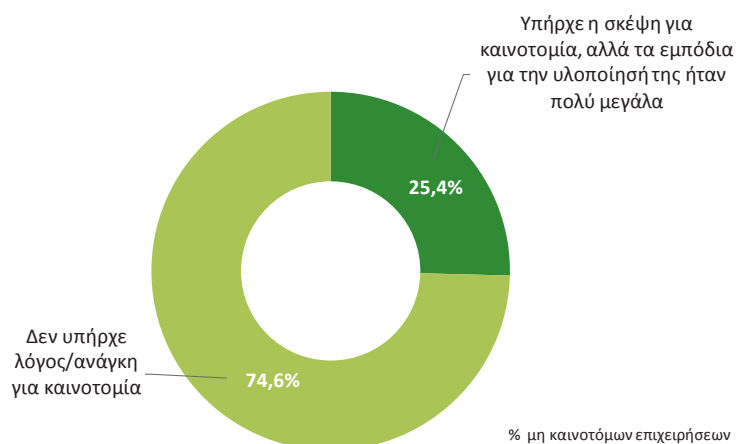
Διάγραμμα 51. Εμπόδια καινοτόμων επιχειρήσεων και ποσοστό (%) επιχειρήσεων που τα αντιμετωπίζει, 2010-2012 και 2012-2014



4.3 Μη καινοτόμες επιχειρήσεις

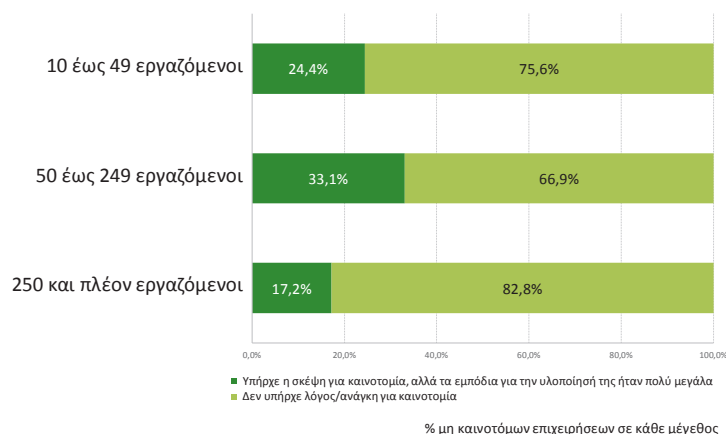
Από το σύνολο των μη καινοτόμων επιχειρήσεων, το μεγαλύτερο μέρος (74,6%) αυτών ανέφερε ότι δεν υπήρχε κάποιος λόγος ή ανάγκη για να προχωρήσουν σε κάποια καινοτομία, ενώ το 25,4% ανέφερε ότι παρότι υπήρχε η σκέψη για την εισαγωγή καινοτομίας, τα εμπόδια για την υλοποίησή της ήταν πολύ μεγάλα (Διάγραμμα 52).

Διάγραμμα 52. Αιτίες μη ύπαρξης καινοτομίας / καινοτομικής δραστηριότητας, 2012-2014 (%)



Εξετάζοντας τις αιτίες για τις οποίες οι ελληνικές επιχειρήσεις δεν είχαν καμία καινοτομική δραστηριότητα ανά μέγεθος επιχείρησης, φαίνεται ότι η έλλειψη λόγου ή ανάγκης αποτελεί την κύρια αιτία σε όλα τα μεγέθη. Ενδιαφέρον, ωστόσο, εμφανίζει το γεγονός ότι το 33,1% των επιχειρήσεων με προσωπικό από 50 έως 249 εργαζομένους δηλώνει ότι η μη ύπαρξη καινοτομικής δραστηριότητας οφείλεται στο ότι τα εμπόδια για κάτι τέτοιο ήταν πολύ μεγάλα (Διάγραμμα 53).

Διάγραμμα 53. Μη ύπαρξη καινοτομίας / καινοτομικής δραστηριότητας και ποσοστό (%) επιχειρήσεων ανά μέγεθος επιχείρησης, βάσει του αριθμού εργαζομένων, 2012-2014



Στις επιχειρήσεις που ανέφεραν ότι δεν υπήρχε κάποιος λόγος ή ανάγκη για να προχωρήσουν σε κάποια καινοτομία / καινοτομική δραστηριότητα, η χαμηλή ζήτηση για καινοτομίες στην αγορά αποτελεί τον κυρίαρχο λόγο με ποσοστό 34,2%. Ακολουθούν η έλλειψη καλών ιδεών (15,1%), η έλλειψη ανάγκης λόγω χαμηλού ανταγωνισμού στην αγορά (14%) και η έλλειψη ανάγκης λόγω ύπαρξης προηγούμενων καινοτομιών (12,5%).

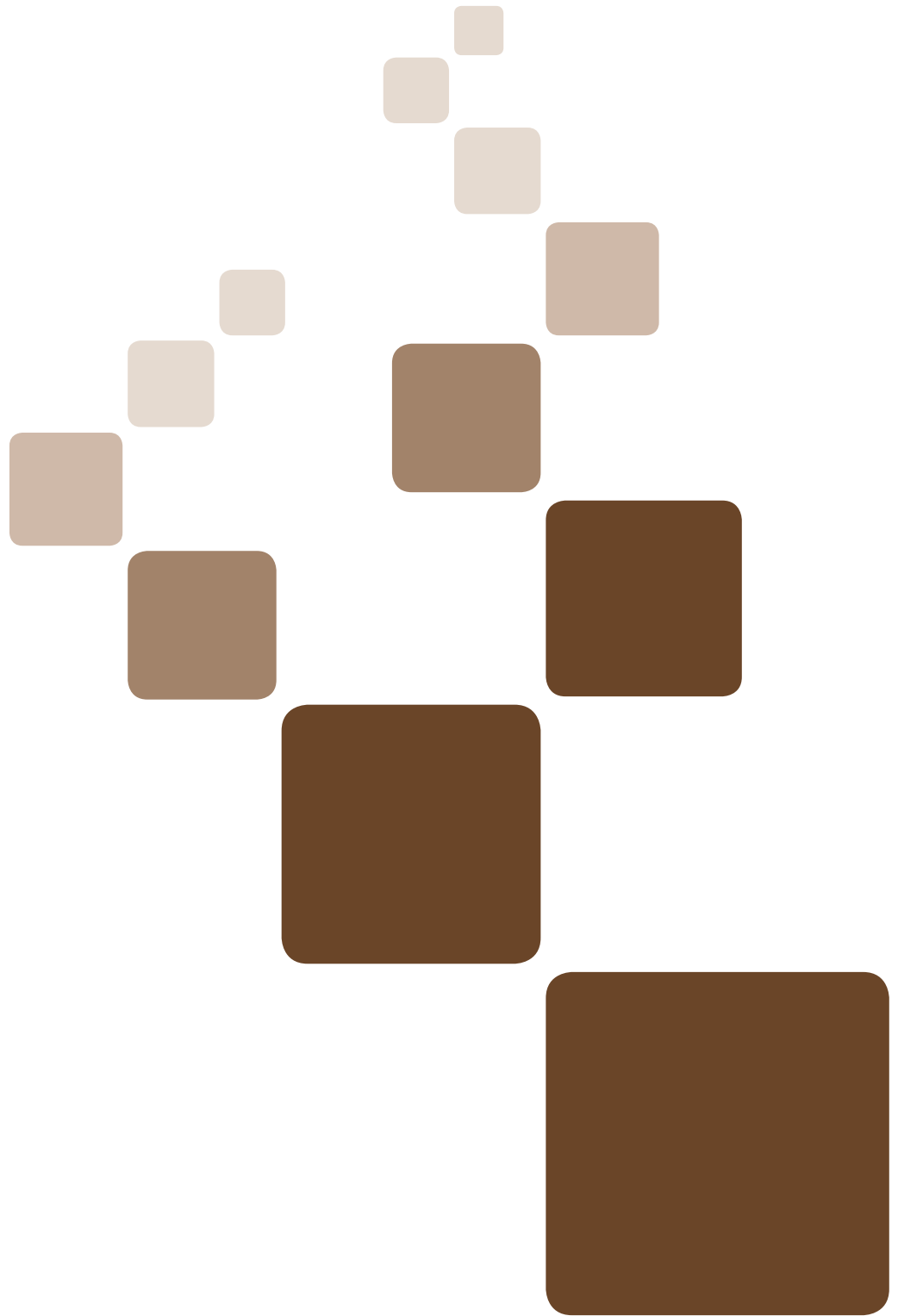
Διάγραμμα 54. Λόγοι μη υλοποίησης κάποιας καινοτομικής δραστηριότητας/καινοτομίας και ποσοστό (%) επιχειρήσεων για τις οποίες δεν υπήρχε λόγος/ανάγκη καινοτομίας, 2012-2014



Από τις επιχειρήσεις που ανέφεραν ότι παρότι υπήρχε η σκέψη για την εισαγωγή καινοτομίας, τα εμπόδια για την υλοποίησή της ήταν πολύ μεγάλα, το 68,3% αυτών δηλώνει την έλλειψη ιδίων κεφαλαίων για καινοτομία ως το βασικότερο εμπόδιο. Ακολουθούν η έλλειψη πίστωσης ή ιδιωτικών επενδυτικών κεφαλαίων (59,5%), οι δυσκολίες στην απόκτηση κρατικών επιχορηγήσεων ή επιδοτήσεων για καινοτομία (58,9%), η αβέβαιη ζήτηση της αγοράς (34,7%), και ο υψηλός ανταγωνισμός (31,2%) (Διάγραμμα 55).

Διάγραμμα 55. Εμπόδια μη υλοποίησης κάποιας καινοτομικής δραστηριότητας/καινοτομίας και ποσοστό (%) επιχειρήσεων για τις οποίες τα εμπόδια αυτά ήταν πολύ μεγάλα, 2012-2014





Η συμμετοχή των ελληνικών επιχειρήσεων στις παγκόσμιες αλυσίδες αξίας

Η διερεύνηση της συμμετοχής και της θέσης των ελληνικών επιχειρήσεων στις παγκόσμιες αλυσίδες αξίας αποτελεί μέτρο των αναπτυξιακών και καινοτομικών δυνατοτήτων των επιχειρήσεων σε διεθνές επίπεδο αφού συνδέεται άμεσα με τη δυνατότητα ανταπόκρισης στον διεθνή ανταγωνισμό. Επιπλέον, είναι ένδειξη της τάσης για εξωστρεφείς δραστηριότητες, καθώς η επιτυχής ένταξη και ενσωμάτωση μίας οικονομίας / κλάδου / επιχείρησης στις παγκόσμιες αλυσίδες αξίας εξαρτάται από την ικανότητα μετατροπής των εισροών σε παραγωγική εκροή (αγαθού/υπηρεσίας), ελκυστική στη διεθνή αγορά.

Η συμμετοχή στις παγκόσμιες αλυσίδες αξίας, και κυρίως η θέση σε αυτή τη (διεθνή) παραγωγική διαδικασία συνδέεται άμεσα με τη θέση μίας οικονομίας / κλάδου / επιχείρησης στον διεθνή καταμερισμό εργασίας, ενώ αντικατοπτρίζει τα συγκριτικά πλεονεκτήματα, καθώς και τα εμπόδια/στρεβλώσεις που πιθανώς υπάρχουν. Επιπλέον, η κατανόηση της συμμετοχής και της θέσης των ελληνικών επιχειρήσεων στις παγκόσμιες αλυσίδες αξίας επιβοηθά στον εντοπισμό των παραγωγικών τομέων/κλάδων που διακρίνονται από συγκριτικά πλεονεκτήματα, η περαιτέρω αξιοποίηση των οποίων συμβάλει καθοριστικά στην οικονομική μεγέθυνση μιας χώρας.

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας για τη συμμετοχή και θέση των ελληνικών επιχειρήσεων στις παγκόσμιες αλυσίδες αξίας που υλοποιήθηκε στο πλαίσιο της έρευνας για την Καινοτομία.

5.1 Συμμετοχή επιχειρήσεων στις παγκόσμιες αλυσίδες αξίας

Τα ακόλουθα δύο διαγράμματα απεικονίζουν τον βαθμό συμμετοχής στις παγκόσμιες αλυσίδες αξίας των επιχειρήσεων της έρευνας, για το σύνολο του πληθυσμού και για τις καινοτόμες. Παρατηρείται πως οι καινοτόμες επιχειρήσεις συμμετέχουν σε αυτές με υψηλότερα ποσοστά από αυτές του συνόλου των επιχειρήσεων. Αυτό ισχύει τόσο στην περίπτωση της παραγωγής του τελικού αγαθού / υπηρεσίας από τις ίδιες, αλλά και στην περίπτωση όπου οι επιχειρήσεις παράγουν ένα τμήμα του τελικού αγαθού / υπηρεσίας που παράγεται από τρίτο φορέα σε άλλη χώρα.

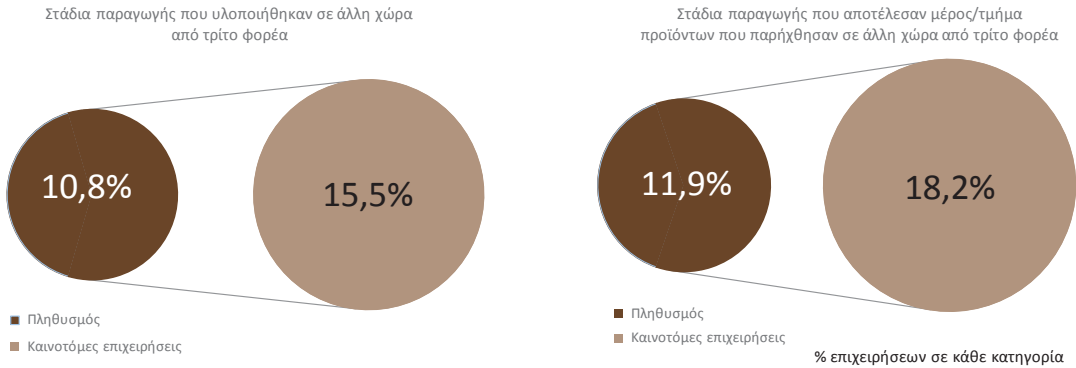
Η αλυσίδα αξίας (value chain) είναι το σύνολο των αλληλένδετων δραστηριοτήτων μίας επιχείρησης για να παράγει ένα αγαθό/υπηρεσία. Οι δραστηριότητες αυτές περιλαμβάνουν τη σύλληψη, την έρευνα και ανάπτυξη, τη σχεδίαση, την παραγωγή, το μάρκετινγκ, τη διανομή και την υποστήριξη προς τον τελικό καταναλωτή. Αυτές οι δραστηριότητες της αλυσίδας αξίας μπορούν να υλοποιούνται εντός μίας επιχείρησης ή να επιμερίζονται μεταξύ πολλών επιχειρήσεων. Στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης, οι δραστηριότητες υλοποιούνται από επιχειρηματικά δίκτυα σε παγκόσμια κλίμακα, με συνέπεια οι σχετικές αναφορές σε Παγκόσμιες Αλυσίδες Αξίας (Global Value Chains).

Σε αυτήν την παραγωγική διαδικασία, οι επιχειρήσεις είτε παράγουν το τελικό αγαθό/υπηρεσία και αναθέτουν σε άλλες επιχειρήσεις να υλοποιήσουν ένα/πολλά ενδιάμεσα στάδια του αγαθού/υπηρεσίας, είτε συμμετέχουν σε ένα/πολλά ενδιάμεσα στάδια.*

* βλ. Gereffi, G., Fernandez-Stark, K., 2016. *Global Value Chain Analysis: A Primer*, Duke Center on Globalization, Governance and Competitiveness, 2η έκδοση. Επίσης, Amador, J., Di Mauro, F., (επιμ.) 2015. *The Age of Global Value Chains. Maps and Policy Issues*, Centre for Economic Policy Research.

Συγκεκριμένα, όπως παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 56, το 15,5% των καινοτόμων επιχειρήσεων δηλώνουν ότι ορισμένα στάδια παραγωγής του αγαθού ή της υπηρεσίας τους υλοποιήθηκαν από τρίτο φορέα σε άλλη χώρα, ενώ το σχετικό ποσοστό στο σύνολο του πληθυσμού είναι 10,8%. Αντίστοιχα, το 18,2% των καινοτόμων επιχειρήσεων δηλώνουν ότι τους ανατέθηκε να παράξουν ένα μέρος του αγαθού ή της υπηρεσίας που παράχθηκε από τρίτο φορέα σε άλλη χώρα. Στην περίπτωση του συνόλου του πληθυσμού, το αντίστοιχο ποσοστό ανέρχεται στο 11,9%.

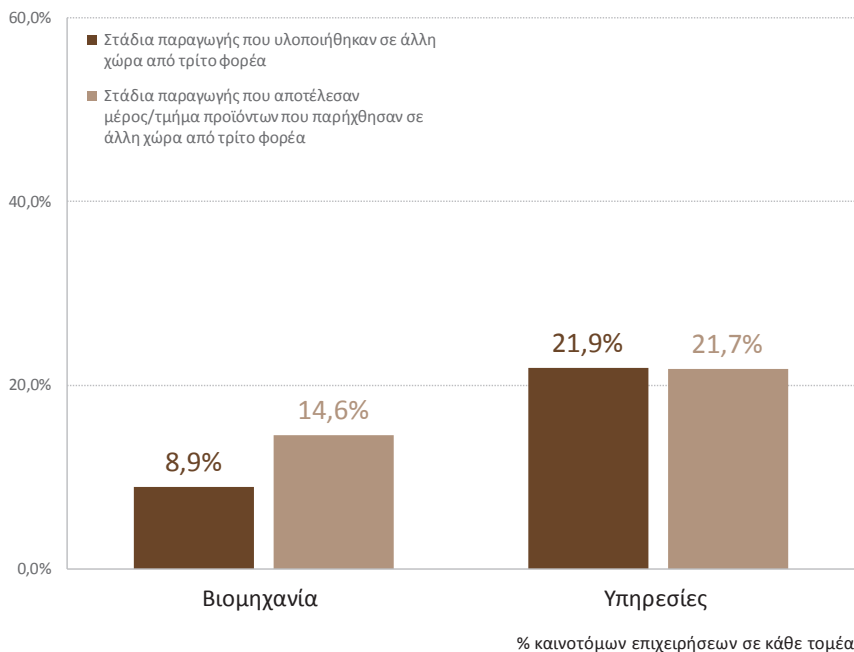
Διάγραμμα 56. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων που δήλωσαν συμμετοχή στις παγκόσμιες αλυσίδες αξίας, 2012-2014



Εξετάζοντας πιο αναλυτικά τη συμμετοχή των καινοτόμων επιχειρήσεων στις παγκόσμιες αλυσίδες αξίας, το Διάγραμμα 57 παρουσιάζει τα στοιχεία σε σχέση με τους δύο κύριους τομείς οικονομικής δραστηριότητας (Βιομηχανία και Υπηρεσίες).

Το 8,9% των καινοτόμων επιχειρήσεων στη Βιομηχανία ανέθεσαν στάδια της παραγωγής του προϊόντος τους για υλοποίηση σε τρίτο φορέα σε άλλη χώρα, ενώ το 14,6% αυτών παράγουν τμήμα του (τελικού) προϊόντος που παράγεται από τρίτο φορέα σε άλλη χώρα. Στην περίπτωση του τομέα των Υπηρεσιών, το 21,9% των καινοτόμων επιχειρήσεων του τομέα ανέθεσαν στάδια της παραγωγής της υπηρεσίας τους για υλοποίηση σε τρίτο φορέα σε άλλη χώρα, ενώ το 21,7% αυτών παράγουν τμήμα του τελικού προϊόντος που παράγεται από τρίτο φορέα σε άλλη χώρα.

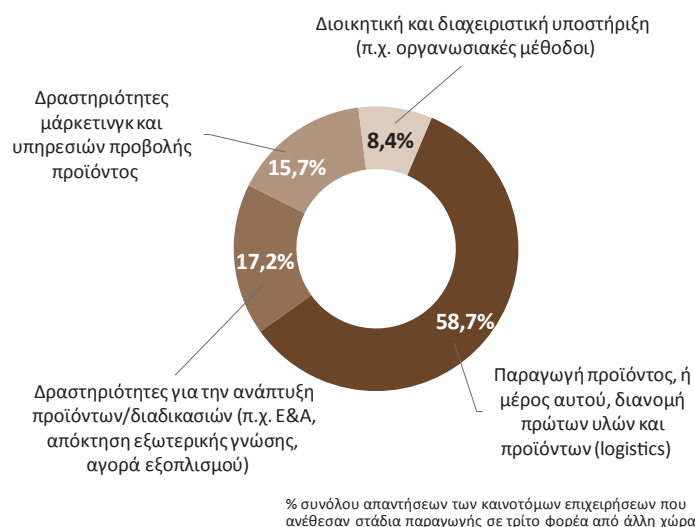
Διάγραμμα 57. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων που δήλωσαν συμμετοχή στις παγκόσμιες αλυσίδες αξίας ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, 2012-2014



5.2 Στάδια παραγωγής που υλοποιήθηκαν σε άλλη χώρα από τρίτο φορέα

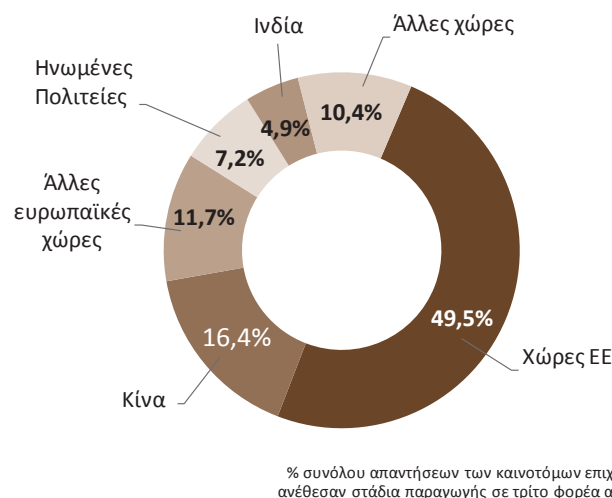
Στην περίπτωση των καινοτόμων επιχειρήσεων που ανέθεσαν κάποιο στάδιο της παραγωγής του αγαθού ή της υπηρεσίας τους σε τρίτο φορέα σε άλλη χώρα, το Διάγραμμα 58 παρουσιάζει την κατανομή ανά παραγωγικό στάδιο. Κατά 58,7% οι επιχειρήσεις αναφέρουν ότι ανέθεσαν σε τρίτο φορέα σε άλλη χώρα την παραγωγή προϊόντος ή μέρος αυτού ή/και τη διανομή πρώτων υλών και προϊόντων (logistics). Στη δεύτερη θέση και με σημαντική διαφορά (17,2%) βρίσκεται η ανάθεση των δραστηριοτήτων για την ανάπτυξη προϊόντων/ διαδικασίας (π.χ. E&A, απόκτηση εξωτερικής γνώσης, αγορά εξοπλισμού), ενώ ακολουθούν οι δραστηριότητες μάρκετινγκ και υπηρεσιών προβολής προϊόντος (15,7%).

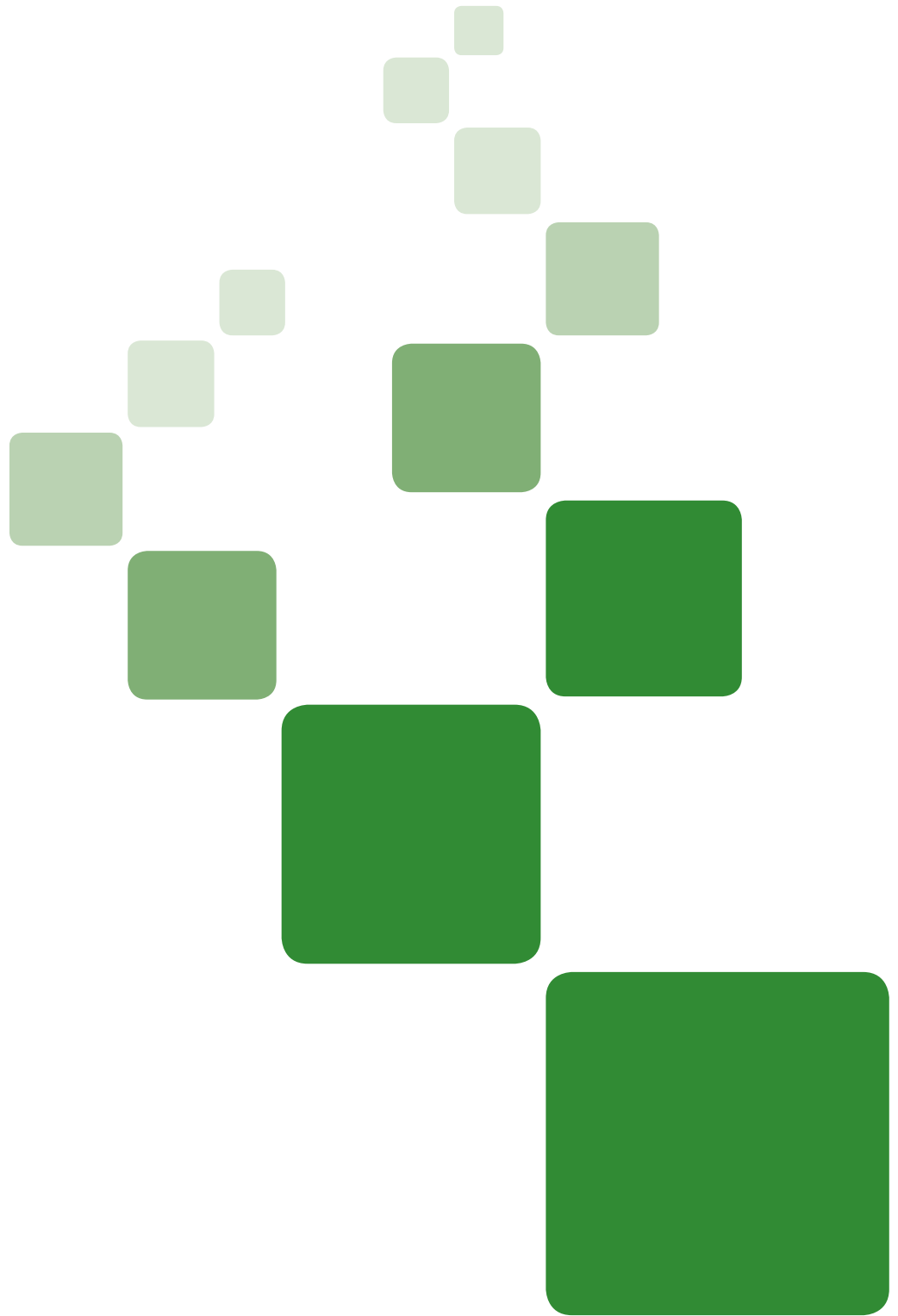
Διάγραμμα 58. Ποσοστιαία (%) κατανομή των σταδίων παραγωγής που ανέθεσαν οι καινοτόμες επιχειρήσεις για υλοποίηση σε τρίτο φορέα από άλλη χώρα, 2012-2014



Η γεωγραφική κατανομή των τρίτων φορέων στους οποίους ανέθεσαν οι ελληνικές καινοτόμες επιχειρήσεις να υλοποιήσουν κάποιο στάδιο της παραγωγής του αγαθού ή της υπηρεσίας τους παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 59. Οι χώρες εντός της ΕΕ με 49,5% βρίσκονται στην πρώτη θέση. Ακολουθεί η Κίνα με 16,4%, ενώ στην τρίτη θέση βρίσκονται άλλες ευρωπαϊκές χώρες, εκτός ΕΕ, με 11,7%. Οι Ηνωμένες Πολιτείες ακολουθούν στην τέταρτη θέση με 7,2%. Σημειώνεται ωστόσο ότι υπάρχει ένα υψηλό ποσοστό της τάξης του 10,4% των καινοτόμων επιχειρήσεων που δήλωσε ότι ανέθεσε την υλοποίηση κάποιου σταδίου της παραγωγής του αγαθού ή της υπηρεσίας τους σε άλλες χώρες πέραν των προαναφερόμενων (Διάγραμμα 59).

Διάγραμμα 59. Ποσοστιαία (%) κατανομή των χωρών των τρίτων φορέων στους οποίους ανατέθηκε η υλοποίηση κάποιου σταδίου παραγωγής εκ μέρους των καινοτόμων επιχειρήσεων, 2012-2014





Μεθοδολογικές σημειώσεις

Αντικείμενο της έρευνας

Η έρευνα για την Καινοτομία στις επιχειρήσεις (Community Innovation Survey) αποτελεί την επίσημη στατιστική έρευνα για την καινοτομία στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Διεξάγεται κάθε δύο χρόνια σε όλες τις χώρες-μέλη της ΕΕ μέσω ενιαίου πρότυπου ερωτηματολογίου, σύμφωνα με την ευρωπαϊκή νομοθεσία, τις μεθοδολογικές οδηγίες του εγχειριδίου Όσλο³ και τις κατευθύνσεις της Eurostat, εξασφαλίζοντας υψηλή ποιότητα και συγκρισιμότητα στους δείκτες των χωρών-μελών της ΕΕ.

Η έρευνα παρέχει στοιχεία για τέσσερις τύπους καινοτομίας, τις καινοτομικές δραστηριότητες των επιχειρήσεων, την εισαγωγή νέων προϊόντων στην επιχείρηση και στην αγορά, τον ρόλο του κρατικού τομέα για την υποστήριξη της καινοτομίας μέσω των κρατικών συμβάσεων, τις συνεργασίες, τις στρατηγικές και τα εμπόδια που συναντούν οι επιχειρήσεις για την ανάπτυξη καινοτομιών.

Όλα τα στατιστικά δημοσιεύονται αναλυτικά στον σχετικό δικτυακό τόπο του ΕΚΤ (<http://metrics.ekt.gr>) και από τη Eurostat στη σχετική βάση δεδομένων ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας και ανά τάξη μεγέθους (αριθμό εργαζομένων) των επιχειρήσεων.

Η παρούσα έκδοση παρουσιάζει τα αποτελέσματα της έρευνας για τις καινοτομίες και τις καινοτομικές δραστηριότητες των ελληνικών επιχειρήσεων στο διάστημα της τριετίας 2012 έως και 2014.

Βασικές έννοιες

Η μέτρηση της καινοτομίας πραγματοποιείται με βάση τις έννοιες και τους ορισμούς που αναφέρονται στο εγχειρίδιο Όσλο, σε κοινή δημοσίευση του ΟΟΣΑ και της Eurostat. Σύμφωνα με το εγχειρίδιο:

Καινοτομία είναι η παραγωγή ενός νέου ή σημαντικά βελτιωμένου προϊόντος (αγαθού ή υπηρεσίας) ή εφαρμογή μιας νέας ή σημαντικά βελτιωμένης διαδικασίας, οργανωσιακής μεθόδου ή μεθόδου μάρκετινγκ από μία επιχείρηση.

Η καινοτομία οφείλει να έχει χαρακτηριστικά ή προοριζόμενες χρήσεις που θεωρούνται νέες ή παρέχουν μία σημαντική βελτίωση σε ό,τι χρησιμοποιούσε ή πωλούσε πριν η επιχείρηση.

Η ελάχιστη προϋπόθεση για να χαρακτηριστεί μία αλλαγή στα προϊόντα ή στις διαδικασίες ή στις μεθόδους μιας επιχείρησης ως καινοτομία είναι να είναι **νέα ή σημαντικά βελτιωμένη** για την επιχείρηση. Η προϋπόθεση αυτή περιλαμβάνει ως καινοτομία για μία επιχείρηση, την παραγωγή προϊόντων ή εφαρμογή διαδικασιών/μεθόδων που έχουν αρχικά αναπτυχθεί ή χρησιμοποιηθεί από άλλες επιχειρήσεις του ίδιου ή άλλου κλάδου δραστηριότητας, αρκεί να χρησιμοποιούνται για **πρώτη φορά** από την επιχείρηση αυτή.

Διακρίνονται οι ακόλουθοι **τέσσερις τύποι καινοτομίας** (είναι προφανές ότι μία επιχείρηση μπορεί να αναπτύσσει περισσότερους από έναν τύπο καινοτομίας):

Καινοτομία προϊόντος: η εισαγωγή στην αγορά ενός προϊόντος που είναι είτε νέο είτε σημαντικά βελτιωμένο ως προς τα χαρακτηριστικά του ή τις προοριζόμενες χρήσεις του. Ο όρος «προϊόν» αναφέρεται είτε σε ένα αγαθό είτε σε μία υπηρεσία.

Καινοτομία διαδικασίας: η εφαρμογή μιας νέας ή σημαντικά βελτιωμένης διαδικασίας παραγωγής, μεθόδου διανομής ή δραστηριότητας υποστήριξης για τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που παρέχει η επιχείρηση.

³ Oslo Manual "Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data", 3rd ed., 2005, Joint Publication of OECD and Eurostat (http://metrics.ekt.gr/sites/emetrics/files/Manuals/OSLO-EN_2005.pdf)

Οργανωσιακή καινοτομία: η εφαρμογή μίας νέας οργανωσιακής μεθόδου στις επιχειρησιακές πρακτικές της επιχείρησης (συμπεριλαμβανομένης της διαχείρισης της γνώσης), στην οργάνωση της εργασίας ή στις εξωτερικές σχέσεις της επιχείρησης, η οποία δεν έχει χρησιμοποιηθεί στο παρελθόν.

Καινοτομία μάρκετινγκ: η εφαρμογή μίας νέας στρατηγικής μάρκετινγκ, η οποία διαφέρει σημαντικά από τις υπάρχουσες μεθόδους μάρκετινγκ της επιχείρησης και δεν έχει χρησιμοποιηθεί στο παρελθόν. Μία τέτοια καινοτομία απαιτεί σημαντικές μεταβολές στον σχεδιασμό ή στη συσκευασία, στην τοποθέτηση, στην προώθηση ή στην τιμολόγηση του προϊόντος.

Χαρακτηριστικό γνώρισμα μίας καινοτομίας είναι ότι **πρέπει να έχει υλοποιηθεί**. Ένα νέο ή σημαντικά βελτιωμένο προϊόν υλοποιείται όταν εισάγεται στην αγορά. Νέες διαδικασίες, μέθοδοι μάρκετινγκ και οργανωσιακές μέθοδοι υλοποιούνται όταν αρχίσουν να χρησιμοποιούνται στις εργασίες της επιχείρησης.

Οι καινοτομικές δραστηριότητες περιλαμβάνουν όλες τις επιστημονικές, τεχνολογικές, οργανωτικές, οικονομικές και εμπορικές ενέργειες που οδηγούν, ή προορίζονται να οδηγήσουν, στην εισαγωγή καινοτομιών προϊόντος ή διαδικασίας.

Οι **καινοτομικές δραστηριότητες** περιλαμβάνουν όλους τους τύπους δραστηριοτήτων Έρευνας και Ανάπτυξης (E&A), καθώς και την αγορά μηχανημάτων, εξοπλισμού, κτιρίων, λογισμικού και αδειών. Στις καινοτομικές δραστηριότητες συμπεριλαμβάνονται επίσης οι τεχνολογικές εργασίες, οι εργασίες ανάπτυξης, ο σχεδιασμός, η κατάρτιση και η προώθηση προϊόντων, **υπό την προϋπόθεση** ότι πραγματοποιούνται με σκοπό την ανάπτυξη ή/και την εφαρμογή μίας καινοτομίας προϊόντος ή διαδικασίας.

Νομικό πλαίσιο

Η συλλογή των στοιχείων για την Καινοτομία στις επιχειρήσεις γίνεται σύμφωνα με την Απόφαση αριθ. 1608/2003/ΕΚ⁴ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, σχετικά με την παραγωγή και την ανάπτυξη κοινοτικών στατιστικών για την επιστήμη και την τεχνολογία, και οι κανόνες εφαρμογής της απόφασης αυτής καθορίζονται στον Εκτελεστικό Κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 995/2012.⁵

Ο εκτελεστικός κανονισμός ορίζει τα στοιχεία που συλλέγονται και τις δραστηριότητες και τους τομείς που καλύπτονται από την έρευνα καθώς και τη συχνότητα συλλογής, τις προθεσμίες για την υποβολή των στοιχείων στην Ευρωπαϊκή Στατιστική Υπηρεσία (Eurostat) και την περίοδο αναφοράς της εκάστοτε έρευνας.

Η παραγωγή των επίσημων στατιστικών στοιχείων Καινοτομίας και Έρευνας & Ανάπτυξης για την Ελλάδα πραγματοποιείται από το 2012 από το Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης / Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών μετά από απόφαση της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας (ΦΕΚ/ 1359/Β/25.04.2012).⁶

Το ΕΚΤ πραγματοποίησε τη διεξαγωγή της έρευνας σε συνεργασία με την Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ), με βάση τα σχετικά Μνημόνια Συνεργασίας⁷ μεταξύ των δύο φορέων.

Πληθυσμός έρευνας

Ο πληθυσμός στόχος της έρευνας που διεξήχθη με αναφορά στην τριετία 2012-2014 είναι ο συνολικός πληθυσμός επιχειρήσεων, με 10 εργαζόμενους και άνω, στους ακόλουθους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας:

4 http://metrics.ekt.gr/sites/emetrics/files/Regulation/1608_2003_el.pdf

5 http://metrics.ekt.gr/sites/metrics/files/Implementing_Regulation_No_995_2012_EL.pdf

6 http://metrics.ekt.gr/sites/emetrics/files/700_07.05.2012.pdf

7 http://metrics.ekt.gr/sites/metrics/files/mnimonio_synergiasias_ELSTAT_EKT.PDF και http://www.statistics.gr/documents/20181/306935/memorandum_EKT.pdf/27845bf6-50a1-4ca0-8ebc-ab7f7d57a2d1

Κλάδος οικονομικής δραστηριότητας	
Βιομηχανία	B (05-09): Ορυχεία και λατομεία Γ (10-33): Μεταποίηση Δ (35): Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου, ατμού και κλιματισμού Ε (36-39): Παροχή νερού – επεξεργασία λυμάτων, διαχείριση αποβλήτων και δραστηριότητες εξυγίανσης
Υπηρεσίες	Z (46): Χονδρικό εμπόριο εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών Η (49-53): Μεταφορά και αποθήκευση Ι (58-63): Ενημέρωση κι επικοινωνία ΙΑ (64-66): Χρηματοπιστωτικές και ασφαλιστικές δραστηριότητες ΙΓ (71): Αρχιτεκτονικές δραστηριότητες και δραστηριότητες μηχανικών – τεχνικές δοκιμές και αναλύσεις ΙΓ (72): Επιστημονική έρευνα και ανάπτυξη ΙΓ (73): Διαφήμιση και έρευνα αγοράς

Σύμφωνα με το στατιστικό μητρώο επιχειρήσεων, το οποίο τηρεί η Ελληνική Στατιστική Αρχή, ο πληθυσμός της έρευνας αποτελείται από 13.843 επιχειρήσεις. Στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζεται η κατανομή αυτών στους δύο βασικούς τομείς οικονομικής δραστηριότητας (Βιομηχανία & Υπηρεσίες) και στις τρεις τάξεις μεγέθους των επιχειρήσεων, βάσει του αριθμού εργαζομένων αυτών (10-49, 50-249 και 250 και πλέον εργαζόμενοι).

	10 έως 49 εργαζόμενοι	50 έως 249 εργαζόμενοι	250 και πλέον εργαζόμενοι	Σύνολο
Βιομηχανία	5.276	949	127	6.352
Υπηρεσίες	6.566	838	87	7.491
Σύνολο	11.842	1.787	214	13.843

Μέθοδος συλλογής

Τα στοιχεία για την «Έρευνα για την Καινοτομία» συλλέχθηκαν μέσω ενός συνδυασμού απογραφής και δειγματοληπτικής έρευνας. Ερευνώμενη μονάδα ήταν η επιχείρηση.

Με απογραφή καλύφθηκαν οι επιχειρήσεις που απασχολούν 500 και πλέον εργαζόμενους, καθώς και οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε Έρευνα & Ανάπτυξη (βάσει των στοιχείων της στατιστικής έρευνας του ΕΚΤ για δραστηριότητες E&A με έτος αναφοράς το 2013).

Οι υπόλοιπες επιχειρήσεις του πληθυσμού στόχου καλύφθηκαν μέσω δείγματος το οποίο παρείχε η ΕΛΣΤΑΤ από το στατιστικό μητρώο επιχειρήσεων που τηρεί, εφαρμόζοντας μονοσταδιακή στρωματοποιημένη δειγματοληψία, με τα εξής κριτήρια στρωμάτωσης των επιχειρήσεων:

- Περιφέρειες (σε επίπεδο NUTS-2): συνολικά 13 περιφέρειες
- Διψήφιο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας: συνολικά 11 κλάσεις (όπως παρουσιάζονται στον άνω πίνακα)
- Τάξη μεγέθους των επιχειρήσεων: 10-49, 50-249, 250 και πλέον εργαζόμενοι

Το δείγμα των επιχειρήσεων επιλέχθηκε με βάση τις προδιαγραφές και τις απαιτήσεις ακρίβειας που προτείνονται από τη Eurostat στις μεθοδολογικές οδηγίες της έρευνας.

Συνολικά, στην έρευνα συμμετείχαν 5.496 επιχειρήσεις από τον πληθυσμό, εκ των οποίων 295 καλύφθηκαν με απογραφή και 5.201 επιχειρήσεις αποτέλεσαν το δείγμα της έρευνας.

Διεξαγωγή της έρευνας

Το ΕΚΤ πραγματοποίησε τη διεξαγωγή της στατιστικής έρευνας για την Καινοτομία σε συνεργασία με την ΕΛΣΤΑΤ.

Η συλλογή των στοιχείων υλοποιήθηκε με ηλεκτρονικά ερωτηματολόγια μέσω ενός ειδικά διαμορφωμένου διαδικτυακού περιβάλλοντος, το οποίο ανέπτυξε το ΕΚΤ. Επιπλέον, εφαρμόστηκαν ηλεκτρονικές διαδικασίες για την παρακολούθηση της πορείας της έρευνας σε πραγματικό χρόνο και τον έλεγχο ποιότητας των συλλεγόμενων στοιχείων με βάση τους προβλεπόμενους δείκτες ποιότητας σε καθημερινή βάση.

Στο πλαίσιο της συνεργασίας με την ΕΛΣΤΑΤ αξιοποιήθηκαν από το ΕΚΤ περίπου 200 ιδιώτες-συνεργάτες της ΕΛΣΤΑΤ σε όλη την επικράτεια και δημιουργήθηκε ένα δίκτυο επικοινωνίας του ΕΚΤ, τόσο με τους συνεργάτες όσο και με τις περιφερειακές υπηρεσίες της ΕΛΣΤΑΤ, για τη διασφάλιση της ποιότητας της συλλογής με παράλληλη βελτιστοποίηση του χρόνου διεξαγωγής της έρευνας.

Αποτέλεσμα ήταν η συλλογή ερωτηματολογίων από 3.300 και πλέον επιχειρήσεις σε όλη την Ελλάδα, με βάση τα οποία το ΕΚΤ ολοκλήρωσε την επεξεργασία και ανάλυση των στοιχείων, την παραγωγή των δεικτών της έρευνας και την αποστολή τους στη Eurostat.

Η παραγωγή των εκτιμήσεων και ο υπολογισμός των σφαλμάτων δειγματοληψίας πραγματοποιήθηκε με τη μεθοδολογική υποστήριξη της ΕΛΣΤΑΤ.



ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ
ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ
NATIONAL
DOCUMENTATION
CENTRE

ISBN 978-618-5079-82-6 (print)
ISBN 978-618-5079-83-3 (pdf)

 **metrics**
ΕΡΕΥΝΑ · ΑΝΑΠΤΥΞΗ · ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ | metrics.ekt.gr

